

ESTUDIO DE LA DEMANDA Y OFERTA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE CUENCA

BOLETÍN CUATRO
Octubre-Diciembre 2017

Elaborado por:

**Grupo de Investigación en Economía Regional
GIER**

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Universidad de Cuenca

Enero 2018



Contenido

Presentación

Demanda Turística en
Cuenca

Metodología de demanda

Características de demanda

Oferta turística en Cuenca

Metodología de Oferta

Características de Oferta

CONTENIDO

1.	Presentación	7
2.	La Demanda Turística en la Ciudad de Cuenca	7
3.	Metodología del Estudio	8
3.1	¿Quiénes Participaron en el Estudio?	8
3.2	¿En dónde se llevó a cabo el Estudio?	9
3.3	¿Cómo se llevó a cabo el Estudio?	9
4.	El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca	11
4.1	Características Socio Demográficas del Turista Extranjero	11
4.1.1	Edad, Género Y Estado Civil.....	11
4.1.2	Procedencia del Turista	12
4.1.3	Educación y Situación Laboral del Turista	15
4.1.4	Composición del Núcleo Familiar del Turista	17
4.2	Motivación del Turista.....	19
4.2.1	Motivación.....	19
4.2.2	La Elección de Cuenca como destino turístico	19
4.2.3	Medios de Información Utilizados por el turista.....	20
4.3	Organización del Viaje.....	22
4.3.1	Con quién viaja el Turista	22
4.3.2	Forma de Organización del Viaje.....	24
4.4	La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca	25
4.4.1	Elección del Alojamiento	25
4.4.2	Duración de La Estancia	26
4.4.3	El costo de la Estancia	27
4.5	Percepción del Turista Internacional sobre el destino Cuenca	29
4.5.1	Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos	29
4.5.2	Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad	29
4.5.3	Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino	31
4.5.4	Grado de Conocimiento de la Ciudad antes de la visita	32
5.	El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca	33
5.1	Características Socio Demográficas del Turista Nacional.....	33

5.1.1	Edad, Género Y Estado Civil.....	33
5.1.2	Procedencia del Turista	34
5.1.3	Educación y Situación Laboral del Turista	35
5.1.4	Composición del Núcleo Familiar del Turista	37
5.2	Motivación del Turista.....	39
5.2.1	Motivación.....	39
5.2.2	La Elección de Cuenca como destino turístico	39
5.2.3	Medios de Información Utilizados por el turista.....	40
5.3	Organización del Viaje.....	42
5.3.1	Con quien viaja el Turista	42
5.3.2	Forma de Organización del Viaje.....	43
5.4	La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca	44
5.4.1	Elección del Alojamiento	44
5.4.2	Duración de La Estancia	44
5.4.3	El costo de la Estancia y los servicios recibidos.....	46
5.4.4	Gasto Realizado por el Turista Nacional.....	¡Error! Marcador no definido.
5.5	Percepción del Turista Nacional sobre el destino Cuenca	48
5.5.1	Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos.....	48
5.5.2	Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad.....	48
5.5.3	Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino	50
6.	El turista que usa Establecimientos Hoteleros.....	52
6.1	Edad, Género y Procedencia	52
6.2	Estado Civil y Ocupación de Turista	56
6.3	Organización del Viaje y Motivación	57
6.4	Medios de Información Utilizados	60
6.5	Duración de la Estancia	60
6.6	Gasto Personal Diario durante la estadía.....	61
6.7	Medio de transporte utilizado	62
7.	La Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca	63
8.	Metodología del Estudio	63
8.1	¿Quiénes Participaron en el Estudio?	63

8.2	¿Cómo se llevó a cabo el Estudio?	63
8.3	Principales indicadores de oferta turística.....	64
8.3.1	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total.....	64
8.3.2	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cinco Estrellas.....	67
8.3.3	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cuatro Estrellas.....	70
8.3.4	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Tres Estrellas.....	72
8.3.5	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Dos estrellas/Tercera	75
8.3.6	Indicadores de establecimientos Hoteleros: Hostales	77
	<i>Hostales Tres Estrellas</i>	77
	<i>Hostales dos estrellas</i>	80
	<i>Hostales una estrella</i>	83
8.3.7	Tarifa RevPar	85
9.	Bibliografía	89
10.	Anexos	90

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1:	Proporción de turistas extranjeros según la edad en la ciudad de Cuenca	11
Ilustración 2:	Estado Civil del Turista Extranjero en la ciudad de Cuenca.....	12
Ilustración 3:	Procedencia del turista por región del que proviene.....	13
Ilustración 4:	Procedencia del Turista Extranjero en la ciudad de Cuenca según del país del que proviene	14
Ilustración 5:	Nivel de Instrucción del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca.....	15
Ilustración 6:	Profesión del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca	16
Ilustración 7:	Sector Económico en que labora el Turista Extranjero	17
Ilustración 8:	Razón Principal del Turista Extranjero para venir a la ciudad de Cuenca	19
Ilustración 9:	Razón Principal para la Elección del Destino Cuenca	20
Ilustración 10:	Medios de Información utilizados por el Turista Internacional	21
Ilustración 11:	Medios de Internet utilizados por el Turista Internacional.....	22
Ilustración 12:	Con quién viaja el Turista extranjero que viene a la ciudad de Cuenca.....	23
Ilustración 13:	Número de Personas en el Grupo	23
Ilustración 14:	Percepción sobre los servicios generales de la ciudad de Cuenca por parte del turista extranjero	30
Ilustración 15:	Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero	32
Ilustración 16:	Recomendabilidad del Destino Cuenca.....	32
Ilustración 17:	Edad del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca.....	33
Ilustración 18:	Estado Civil del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca	34
Ilustración 19:	Procedencia del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca.....	35
Ilustración 20:	Nivel de Instrucción del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca	36
Ilustración 21:	Profesión del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca	36

Ilustración 22: Sector Económico en que labora el Turista Nacional.....	37
Ilustración 23: Razón Principal del Turista Nacional para venir a la ciudad de Cuenca	39
Ilustración 24: Razón Principal para la Elección del destino Cuenca	40
Ilustración 25: Medios de Información utilizados por el turista nacional.....	41
Ilustración 26: Medios de Internet utilizados por el turista Nacional.....	41
Ilustración 27: Con quien viaja el Turista Nacional que viene a la ciudad de Cuenca.....	42
Ilustración 28: Número de Personas en el Grupo	42
Ilustración 29: Percepción sobre los servicios generales de la ciudad de Cuenca por parte del turista Nacional	49
Ilustración 30: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero	51
Ilustración 31: Recomendabilidad del Destino Cuenca.....	51
Ilustración 32: Procedencia del Turista en el Hotel.....	52
Ilustración 33: Procedencia del Turista extranjero en el Hotel por regiones.....	53
Ilustración 34: Procedencia del Turista Extranjero en el hotel por país del que proviene	54
Ilustración 35: Composición de la muestra en Establecimiento Hotelero	54
Ilustración 36: Edad del turista en el hotel.....	55
Ilustración 37: Edad del turista según procedencia en establecimiento hotelero.....	55
Ilustración 38: Estado Civil del Turista en Establecimiento Hotelero	56
Ilustración 39: Ocupación del Turista en establecimiento hotelero	57
Ilustración 40: Forma de Organización del Viaje en establecimiento hotelero	57
Ilustración 41: Turista en establecimientos hoteleros según persona que lo acompaña.....	58
Ilustración 42: Principal Motivo de Viaje del turista en establecimientos hoteleros	59
Ilustración 43: Principal Motivo de Viaje por procedencia del turista	59
Ilustración 44: Principales Medios de Información del Turista en Hoteles.....	60
Ilustración 45: Duración de la Estancia del Turista en este Hotel	61
Ilustración 46: Gasto Personal Diario durante la estadía	61
Ilustración 47: Medio de transporte utilizado para venir a la ciudad	62
Ilustración 48: Tasa de ocupación categoría: total.....	66
Ilustración 49: Tarifa promedio habitación general, categoría: total, enero-diciembre 2016 y 2017	66
Ilustración 50: Tasa de ocupación, categoría: total, enero-diciembre 2016 y 2017	67
Ilustración 51: Tasa de ocupación categoría: Cinco Estrellas.....	68
Ilustración 52: Tarifa promedio habitación general, categoría: cinco estrellas, enero- diciembre 2016 y 2017	69
Ilustración 53: Tasa de ocupación, categoría: cinco estrellas, enero-diciembre 2016 y 2017.....	69
Ilustración 54: Tasa de ocupación categoría: Cuatro Estrellas.....	71
Ilustración 55: Tarifa promedio habitación general, categoría: tres estrellas, enero-diciembre 2016 y 2017	71
Ilustración 56: Tasa de ocupación, categoría: cuatro estrellas, enero-diciembre 2016 y 2017.....	72
Ilustración 57: Tasa de ocupación categoría: tres estrellas	73
Ilustración 58: Tarifa promedio habitación general, categoría: tres estrellas, enero-diciembre 2016 y 2017	74
Ilustración 59: Tasa de ocupación, categoría: tres estrellas, enero-diciembre 2016 y 2017.....	74
Ilustración 60: Tasa de ocupación categoría: dos estrellas.....	76
Ilustración 61: Tarifa promedio habitación general, categoría: dos estrellas, enero-diciembre 2016 y 2017	76
Ilustración 62: Tasa de ocupación, categoría: dos estrellas, enero-diciembre 2016 y 2017	77

Ilustración 63: Tasa de Ocupación categoría: Hostal tres estrellas.....	78
Ilustración 64: Tarifa promedio habitación general, categoría: hostel tres estrellas, enero-diciembre 2016 y 2017	79
Ilustración 65: Tasa de ocupación, categoría: hostel tres estrellas, enero-diciembre 2016 y 2017	79
Ilustración 66: Tasa de ocupación categoría: Hostales dos estrellas	81
Ilustración 67: Tarifa promedio habitación general, categoría: hostel dos estrellas, enero-diciembre 2016 y 2017	82
Ilustración 68: Tasa de ocupación, categoría: hostel dos estrellas, enero-diciembre 2016 y 2017.	82
Ilustración 69: Tasa de ocupación categoría: Hostal una estrella	84
Ilustración 70: Tarifa promedio habitación general, categoría: hostel una estrella, enero-diciembre 2016 y 2017	84
Ilustración 71: Tasa de ocupación, categoría: hostel una estrella, enero-diciembre 2016 y 2017..	85
Ilustración 72: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Internacional	90
Ilustración 73: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Nacional	91

Índice de tablas

Tabla 1: Composición del Núcleo Familiar del Turista Extranjero.....	18
Tabla 2: Motivo Principal vs Compañía de Viaje	24
Tabla 3: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento.....	25
Tabla 4: Motivo Principal vs Días de Alojamiento	26
Tabla 5: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento	27
Tabla 6: Motivo Principal vs Gasto Turístico por trimestre.....	28
Tabla 7: Gasto Diario por Persona	29
Tabla 8: Composición del Núcleo Familiar del Turista Nacional	38
Tabla 9: Motivo Principal vs Compañía de Viaje	43
Tabla 10: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento.....	44
Tabla 11: Motivo Principal vs Días de Estancia del Turista Nacional	45
Tabla 12: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento	46
Tabla 13: Motivo Principal vs Gasto Turístico	47
Tabla 14: Gasto Diario por Persona del Turista Nacional.....	48
Tabla 15: Datos generales de relevamiento	63
Tabla 16: Indicadores de oferta enero diciembre Categoría Total	65
Tabla 17: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría cinco estrellas	67
Tabla 18: Indicadores de oferta enero-septiembre: Categoría Cuatro Estrellas.....	70
Tabla 19: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría: tres estrellas	72
Tabla 20: Indicadores de oferta enero- diciembre: Categoría: dos estrellas	75
Tabla 21: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Hostales Tres Estrellas	77
Tabla 22: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Hostales Dos Estrellas	80
Tabla 23: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Hostales Una Estrella	83
Tabla 24: Categoría del establecimiento: Tarifa RevPar	86
Tabla 25: Categoría del establecimiento: Tarifa RevPar	87

1. Presentación

Continuando con el diagnóstico del quehacer turístico en la ciudad de Cuenca, el Grupo de Investigación en Economía Regional presenta el cuarto boletín de estadísticas de oferta y demanda Turísticas del Cantón Cuenca. Este boletín se caracteriza porque el reporte de hallazgos relevantes del último trimestre del año, se lo compra con los hallazgos obtenidos en los trimestres previos, ya reportados en los boletines uno, dos y tres, respectivamente. Adicionalmente, se incluye en la sección de estudio de oferta, la comparación de indicadores relevantes obtenidos para el cuarto trimestre de este año con los resultados encontrados en los meses enero-septiembre, e incluso en algunos casos con los resultados del año 2016.

Entre los hallazgos más notorios se encuentra, por el lado de la demanda, el hecho de que existe un leve incremento del flujo de turistas extranjeros y nacionales que viene por motivos de negocios; esto es congruente con el periodo navideño en esta época del año. Además, de aquellos turistas que visitan la ciudad por motivo de recreación, en esta ocasión dicen haber elegido a Cuenca como destino turístico principalmente por sus paisajes naturales.

Por el lado de la oferta turística, se observa algunas variaciones en la tarifa promedio de una habitación general, así como en las tasas de ocupación. En general, se observa que tanto la tarifa como la tasa de ocupación se incrementó en esta última parte del año, situación que varía sensiblemente según la categoría de establecimiento hotelero analizada.

Finalmente, con respecto a la tarifa Rev Par, la categoría cinco estrellas y hostel dos estrellas continúan al igual que en el trimestre anterior, con tarifas mayores que el resto de categorías analizadas.

2. La Demanda Turística en la Ciudad de Cuenca

En el marco del diagnóstico del turismo en la Ciudad de Cuenca, el estudio de demanda turística constituye un referente y pilar fundamental para cualquier propuesta de acción, ya que responde

quienes son los visitantes que llegan a la Ciudad, que esperan de su visita, como se comportan antes y durante la misma, como evalúan el destino, y si recomendarían el mismo luego de retornar a sus lugares habituales de residencia.

En el diseño metodológico correspondiente al estudio de la demanda turística de Cuenca, o turismo receptivo, se establecieron seis objetivos:

- a. Cuantificar la demanda efectiva, es decir, demanda referida al número de personas, nacionales y extranjeras que representan en la actualidad el turismo receptivo del Cantón Cuenca.
- b. Caracterizar al turista nacional y extranjero, enfatizando factores económicos, demográficos y sociales.
- c. Determinar las características de la estancia, entre las que están: motivo de la visita, duración de la misma, tipo de alojamiento, medio de transporte utilizado, actividades realizadas y destinos visitados.
- d. Evaluar la percepción del turista referente a la superestructura e infraestructura turística del Cantón Cuenca.
- e. Estimar el gasto turístico por componente de gasto, y a partir de esto tener una aproximación al impacto económico que los ingresos por la actividad turística generan en el Cantón.
- f. La creación de un sistema de indicadores que permitan estimar la evolución de la actividad turística en el Cantón.

Este documento está estructurado en función de los objetivos planteados, para de esta manera lograr evidenciar de la mejor manera posible los resultados obtenidos en el presente estudio.

3. Metodología del Estudio

Para el cumplimiento de los objetivos propuestos se hizo necesario el levantamiento de información primaria vía aplicación de encuestas personales a los visitantes a la ciudad de Cuenca. Dicha encuesta fue sometida a un riguroso proceso de depuración previamente a su aplicación definitiva.

3.1 ¿Quiénes Participaron en el Estudio?

A la población de estudio se le llamará “Turista” a lo largo de este documento. Los Turistas se clasificaron como nacionales y extranjeros. Se consideraron como turistas a aquellas personas que cumplieron con los siguientes requisitos:

- a. Las personas que viajaron por placer o por razones de familia, salud, etc. (Incluso los nacionales que tienen su residencia permanente en el extranjero).
- b. Las personas que acudieron a una reunión o a una asignación, cualquiera que fuere la naturaleza de ésta. (Científica, administrativa, diplomática, religiosa, etc.) Se incluyeron los funcionarios de los organismos internacionales que acudieron a una asignación a la Ciudad de Cuenca por un tiempo limitado.

- c. Las personas en viaje de negocios (incluidos empleados de las empresas comerciales e industriales que acudieron a la ciudad a instalar maquinaria, brindar capacitación y otros)
- d. Los estudiantes o jóvenes que residen fuera de la ciudad, así como también los que acudieron a realizar trabajos temporales o estudios cortos
- e. Los viajeros que visitaron a la ciudad en tránsito al menos durante 24 horas.
- f. Los tripulantes de medios de transporte interprovinciales e inter cantonales.
- g. Los músicos o los artistas que hicieron escala de gira en la ciudad durante el periodo de relevamiento.

Para efectos prácticos y para evitar sesgos no deseados, se excluyeron de este estudio a las personas con las siguientes características:

- a. Las personas que arribaron a la ciudad, provistas o no de contrato laboral, para ocupar un empleo o ejercer una actividad profesional.
- b. Las personas que acudieron a la ciudad de Cuenca para fijar en ella su residencia permanente.
- c. Los diplomáticos, representantes consulares y los miembros de las fuerzas armadas estacionadas en cualquiera de los fuertes militares en la Ciudad.
- d. Los refugiados.
- e. Los nómadas. (viajeros que visitaron la ciudad menos de 24 horas)
- f. Los viajeros en tránsito que no salieron de los terminales correspondientes.

3.2 ¿En dónde se llevó a cabo el Estudio?

Las encuestas, al igual que en la primera parte del estudio, se realizaron en dos momentos simultáneos de la estancia del Turista:

- a. En el instante en el que los Turistas alojados en los establecimientos hoteleros de la ciudad realizaron su Checkout, (para aquellos Turistas que llegan en auto privado).
- b. Cuando los Turistas dejaron la ciudad en transporte aéreo o público terrestre. En este momento se excluyeron a todos aquellos a quienes ya se les aplicó la encuesta, con la finalidad de evitar una doble contabilidad.

3.3 ¿Cómo se llevó a cabo el Estudio?

En el aeropuerto Mariscal Lamar y Terminal Terrestre se utilizó el método de muestreo por conglomerados unietápico, asumiendo conglomerados del mismo tamaño¹. En este método, o un agrupado (conglomerado) de elementos constituyó la unidad de muestreo, y básicamente consistió en seleccionar una muestra de unidades (conglomerados) de manera aleatoria. Por lo tanto, antes de poder seleccionar una muestra por agrupados, se dividió la población en grupos muestrales excluyentes y colectivamente exhaustivos. Luego de seleccionar los conglomerados que conforman la muestra se relevaron todos los elementos de dicho conglomerado. La razón principal para la elección de este método de muestreo, radicó en el hecho de que resulta imposible conseguir un marco que liste todos los elementos de la población, requisito básico para aplicar un muestreo aleatorio simple o un muestreo estratificado (Malhotra, 2008).

Para este estudio se consideró a cada bus de transporte interprovincial y cada avión de pasajeros que abandona de la ciudad como unidades de muestreo, es decir un conglomerado. Resultó relativamente sencillo conseguir un marco que liste todos los conglomerados, considerando a la semana de relevamiento como período de referencia. Otra ventaja evidente, resultado de la aplicación este método de muestreo, radicó en el hecho de que la muestra estuvo conformada por muchos conglomerados pequeños, en lugar de pocos conglomerados grandes. Esto redujo significativamente el error de estimación.

Finalmente, las encuestas en hoteles se realizaron en forma personal a los turistas al momento de realizar el Checkout, en base a un muestreo combinado en dos etapas, en la primera etapa se utilizó una muestra estratificada con afijación proporcional, y después en la segunda etapa se utilizó un muestreo por conglomerados unietápico, donde cada unidad muestral corresponde a un hotel dentro de cada estrato.

¹ Para un mayor detalle del tamaño de la muestra revisar la Tabla de origen de los datos en el Anexo 1.

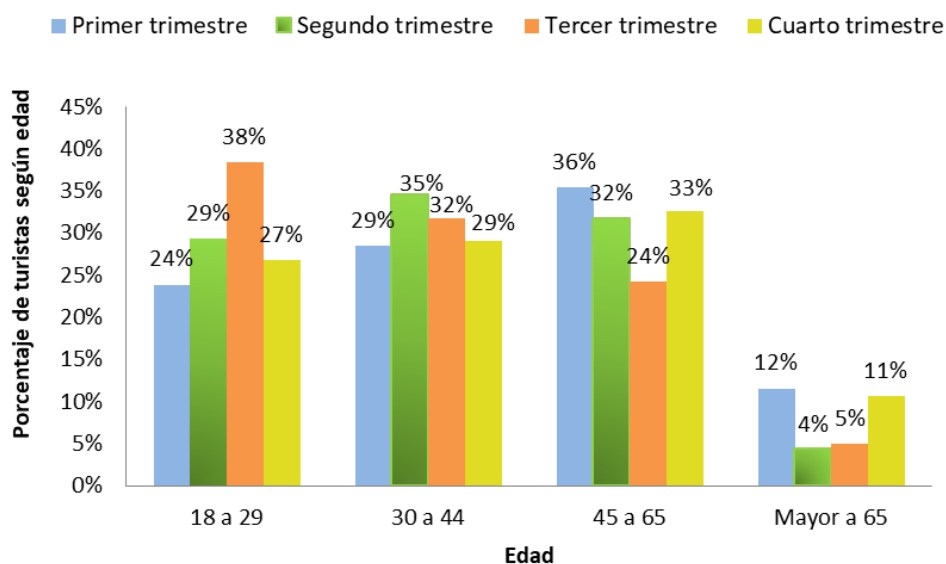
4. El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca

4.1 Características Socio Demográficas del Turista Extranjero

4.1.1 Edad, Género Y Estado Civil

Al igual que en los boletines anteriores, una de las variables fundamentales para establecer una tipología del turista extranjero es el rango etario. Como se aprecia en la Ilustración 1, a diferencia de los resultados encontrados en el boletín tercero, en este cuarto trimestre hay una mayor concentración de visitantes con edad entre 45 a 65 años (33%); luego se encuentran quienes tienen una edad entre 30 y 44 años (29%). Hubo una significativa disminución de turistas en edad comprendida entre 18 a 29 años en el último trimestre del año 2017 (de 38% a 27%), así como una mayor presencia de visitantes considerados adultos mayores (11%). Es decir que el grupo de turistas con 45 años o más conformaron durante este trimestre el 43% del total, que representa 14 puntos por encima del porcentaje observado en el tercer trimestre para el mismo grupo etario. Esto indica que el turista que visita Cuenca se sigue caracterizando como un adulto contemporáneo, pero que existen ciertas variaciones estacionales en la composición de la edad del turista. Para efectos prácticos, las medidas de ubicación revelan una media de 42 años y una mediana de 40 años.

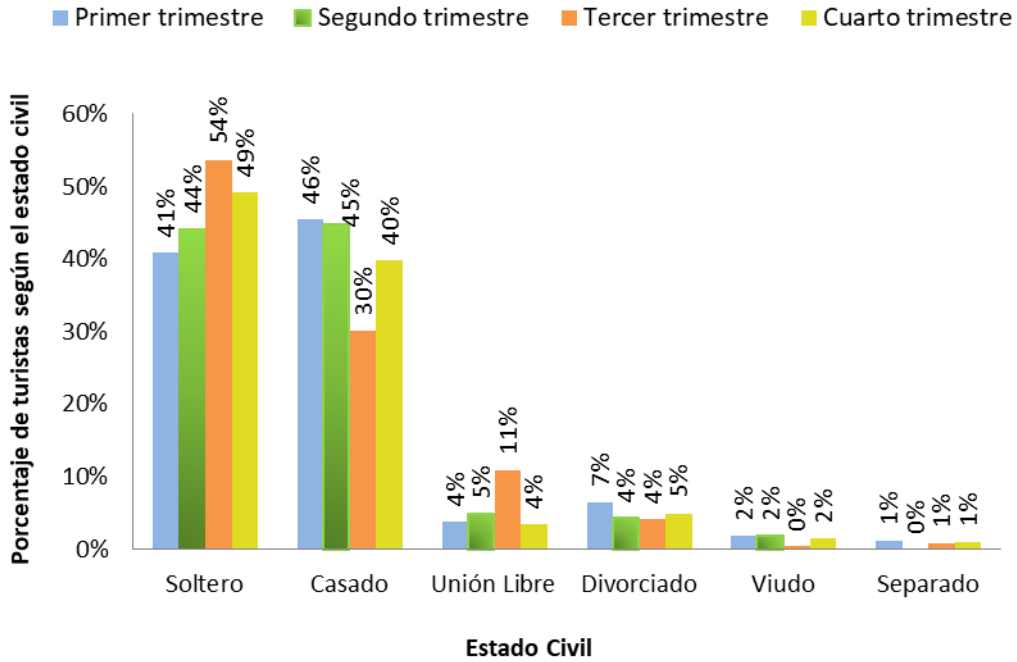
Ilustración 1: Proporción de turistas extranjeros según la edad en la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En la Ilustración 2, se observa un aumento de visitantes extranjeros casados (40%) y una disminución de turistas con estado civil solteros (30%) con respecto al trimestre anterior, recuperándose así las tendencias observadas en los dos primeros trimestres. Así también, hay menor incidencia de visitantes en unión libre (4%).

Ilustración 2: Estado Civil del Turista Extranjero en la ciudad de Cuenca



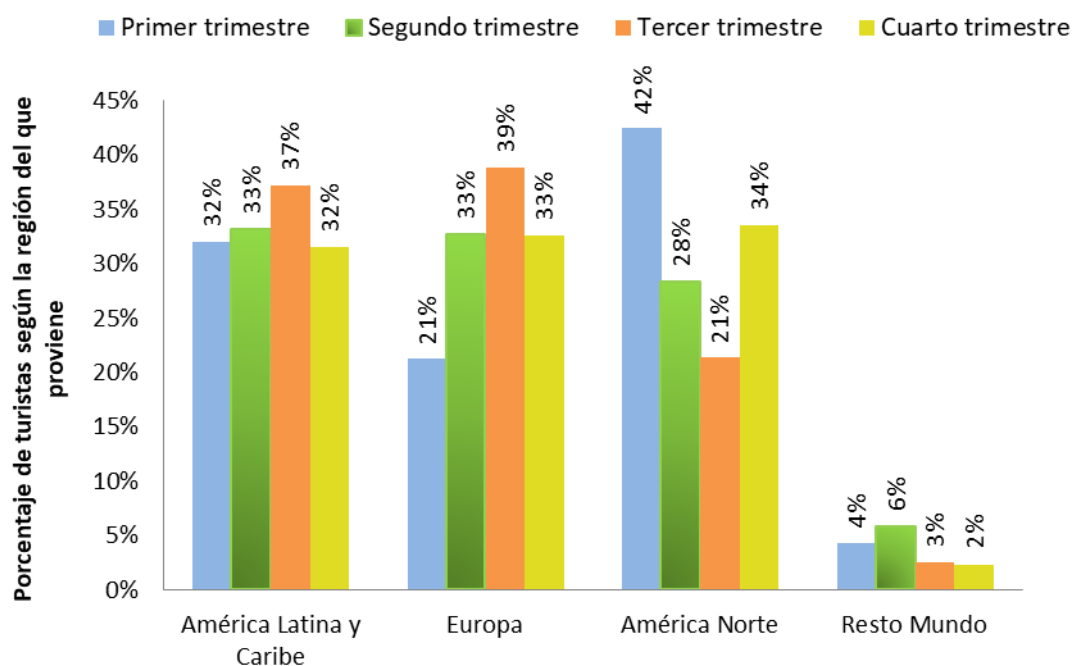
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo concerniente al género, el cuarto relevamiento arrojó una proporción de 55% de varones versus un 45% de mujeres, lo cual no está lejos de la división encontrada en los trimestres previos.

4.1.2 Procedencia del Turista

En esta parte del año, la ciudad de Cuenca continúa recibiendo turistas de muchas partes del mundo. En el último trimestre del año 2017, la incidencia de norteamericanos vuelve a incrementar (34%), no obstante, es en el periodo enero – marzo que hay mayor presencia de turistas de esta nacionalidad. Hubo una disminución de visitantes europeos y latinoamericanos (33% y 32% respectivamente), pues según los hallazgos se espera una mayor cantidad de turistas procedentes de Europa y América Latina en el tercer trimestre julio - septiembre. (Ver ilustración 3)

Ilustración 3: Procedencia del turista por región del que proviene

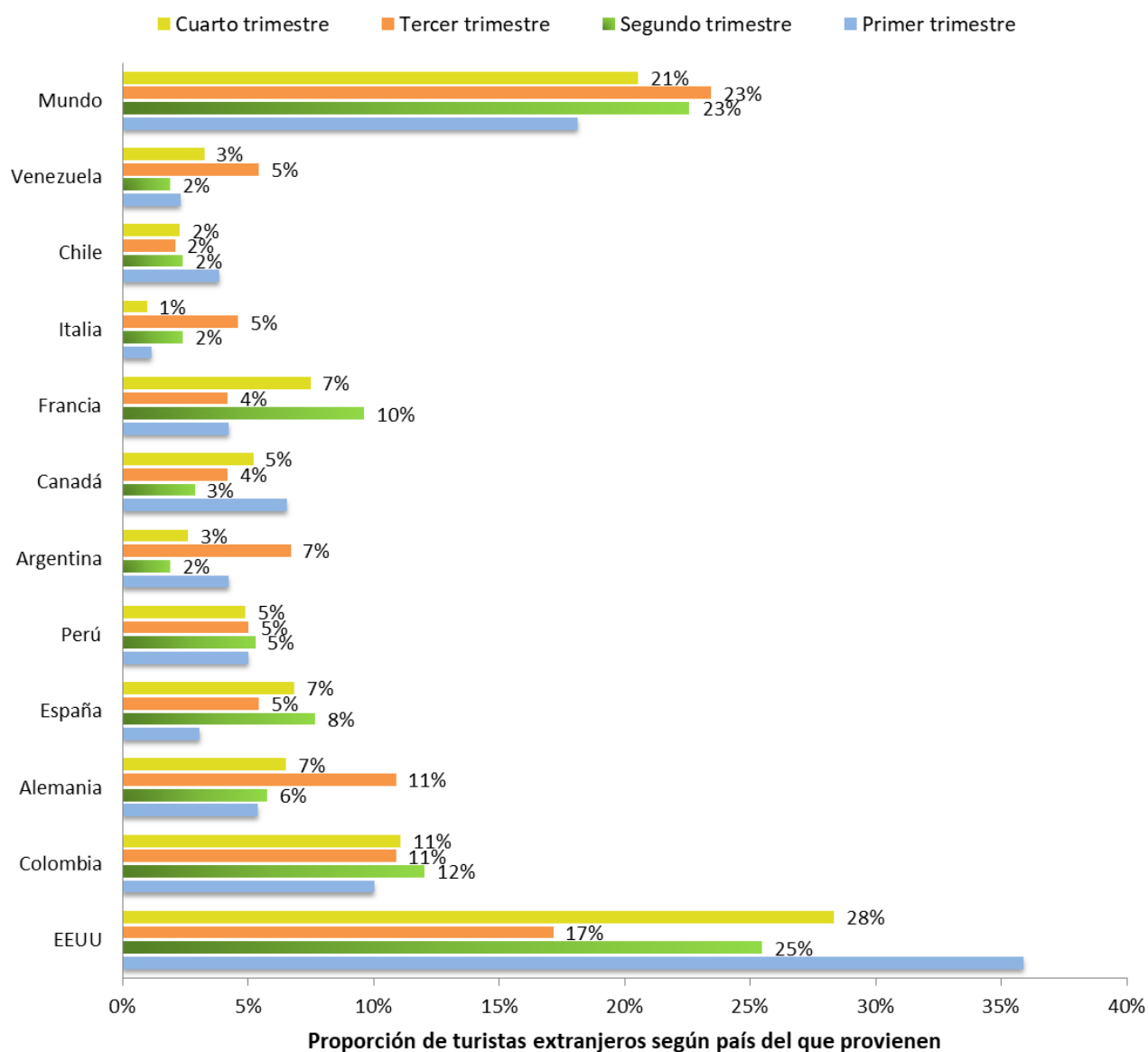


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La ciudad de Cuenca recibe turistas de todo el mundo durante todo el año. Sin embargo, todavía es posible identificar algunas nacionalidades predominantes. Once nacionalidades extranjeras representan alrededor del 79% de turistas que visitaron la ciudad de Cuenca, entre ellas se encuentra: Colombia, Perú, Argentina, Chile y Venezuela de la región Latino Americana; Alemania, España, Francia e Italia de la región Europea; Estados Unidos y Canadá de la región de Norte América.

En la Ilustración 4, se observa que la mayor porción de turistas con origen común sigue compuesta por estadounidenses (28%), con mayor incidencia que en el tercer y segundo trimestres; luego se encuentran, aunque en proporciones bastante menores, los turistas colombianos (11%). De igual manera, en esta última parte del año hay una disminución de visitantes alemanes (del 11% al 7%), argentinos (del 7% al 3%), venezolanos (del 5% al 3%) e italianos (del 5% al 1%) y un incremento de franceses (del 4% al 7%) con respecto al trimestre anterior. La prevalencia de españoles es de 7% y peruanos de 5%. Aunque en la Ilustración 4, la proporción de visitantes de otras partes del mundo es grande (23%), las procedencias siguen tan desagregadas y dispersas que no resultan significativas a nivel individual.

Ilustración 4: Procedencia del Turista Extranjero en la ciudad de Cuenca según del país del que proviene



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ahora bien, una vez hechos los comparativos, algunos comportamientos salen a la luz. En primer lugar existe un fuerte incremento de 11% de visitantes estadounidenses, así como aumentos menores en el flujo de franceses y españoles. A su vez, existen disminuciones de los flujos procedentes de países europeos entre los cuales se encuentran Italia y Alemania, y de países latinoamericanos, como Argentina y Venezuela. El flujo procedente del resto del mundo (21%) se encuentra impulsado por un ingreso de turistas especialmente de Holanda, México y Brasil.

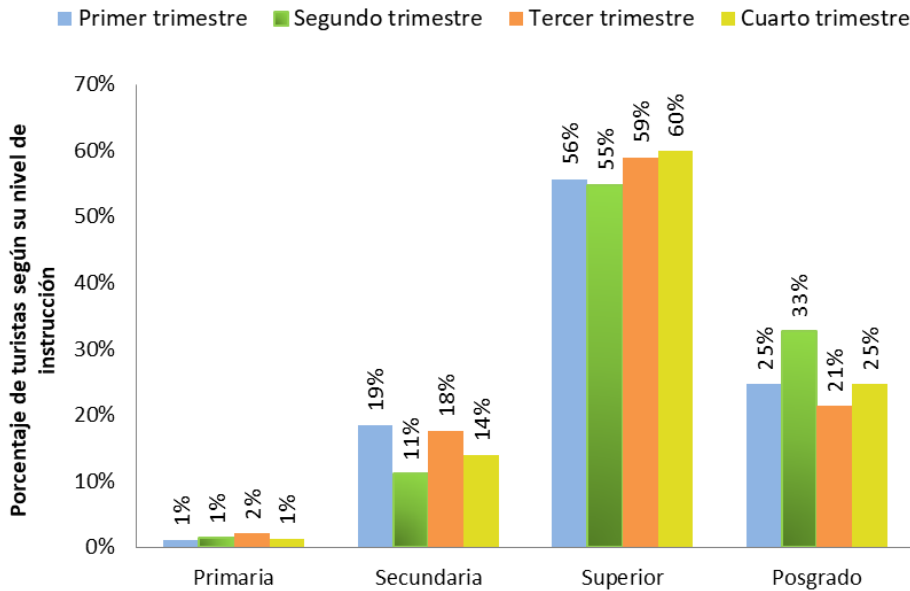
En este periodo se observan tendencias que se mantienen con respecto a la ciudad de procedencia. Por ejemplo, Bogotá sigue constituyéndose en el principal foco de turistas colombianos, Buenos Aires de los turistas Argentinos, y Lima de visitantes peruanos. Mientras que los estadounidenses provienen especialmente de New York, que es una ciudad con altos niveles

de concentración poblacional y con muchos residentes de origen ecuatoriano. Además, una importante proporción de españoles provienen de Madrid, y de París los franceses. Resulta importante señalar que, en este trimestre, del 3% de turistas venezolanos y del 11% de colombianos, el 70% y 35% respectivamente reside en Ecuador, especialmente en la ciudad de Quito.

4.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista

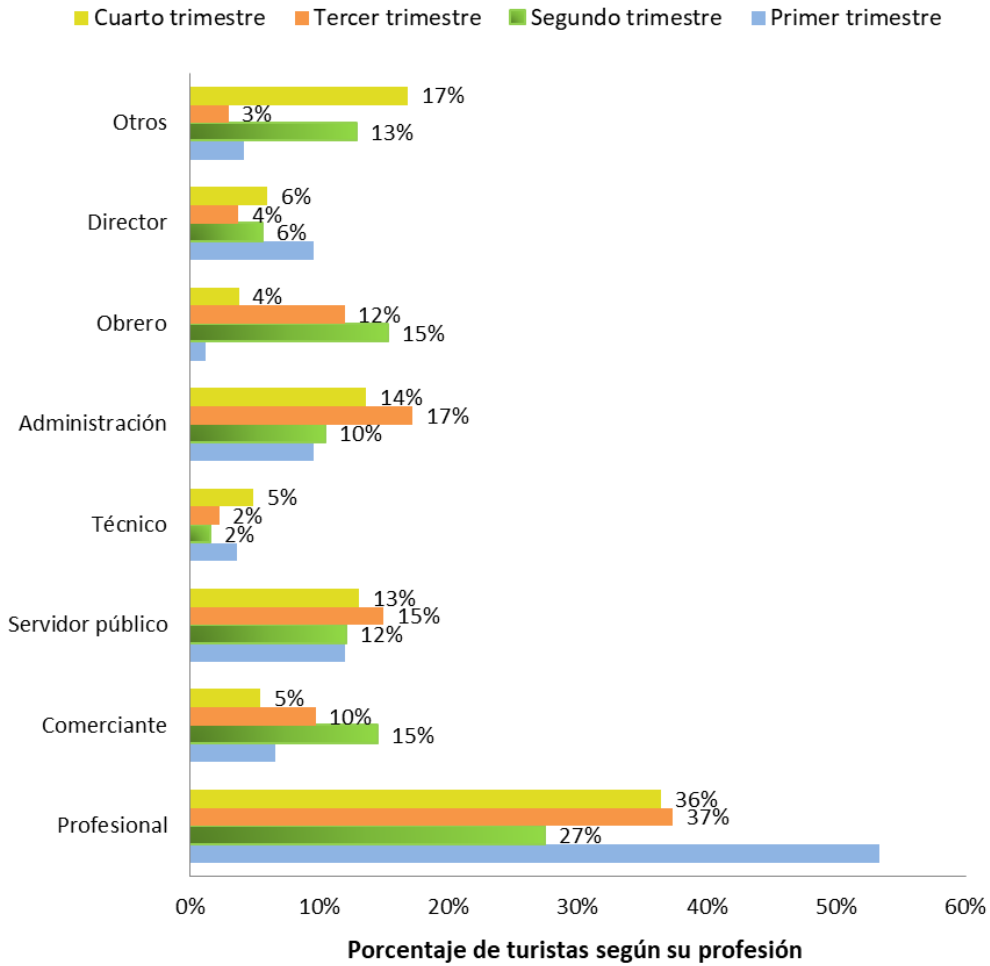
Es importante indicar que el cambio de temporada, en general no implicó un cambio en la tipología del turista. Así con respecto a la educación y situación laboral, la Ilustración 5 revela que el turista extranjero que visita la Ciudad tiene un nivel de instrucción superior (con título de tercer nivel, maestría o superior) (85%), y labora mayoritariamente como profesional independiente (36%) como se aprecia en la Ilustración 6. Sin embargo, existe un aumento de 2 puntos porcentuales del grupo que trabaja como directores (de 4% a 6%) y 3 puntos porcentuales de aquellos que trabajan como técnicos (de 3% a 5%). A la par, se evidencia una disminución del 8%, 5%, 3% y 2% de turistas que laboran como obreros, comerciantes, administradores y servidores públicos respectivamente (ver Ilustración 6). Aquellos turistas que indican laborar en otra profesión (17%), laboran como docentes, médicos, religiosos, y otras profesiones que se encuentran tan desagregadas que resultan ser insignificativos a nivel individual.

Ilustración 5: Nivel de Instrucción del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

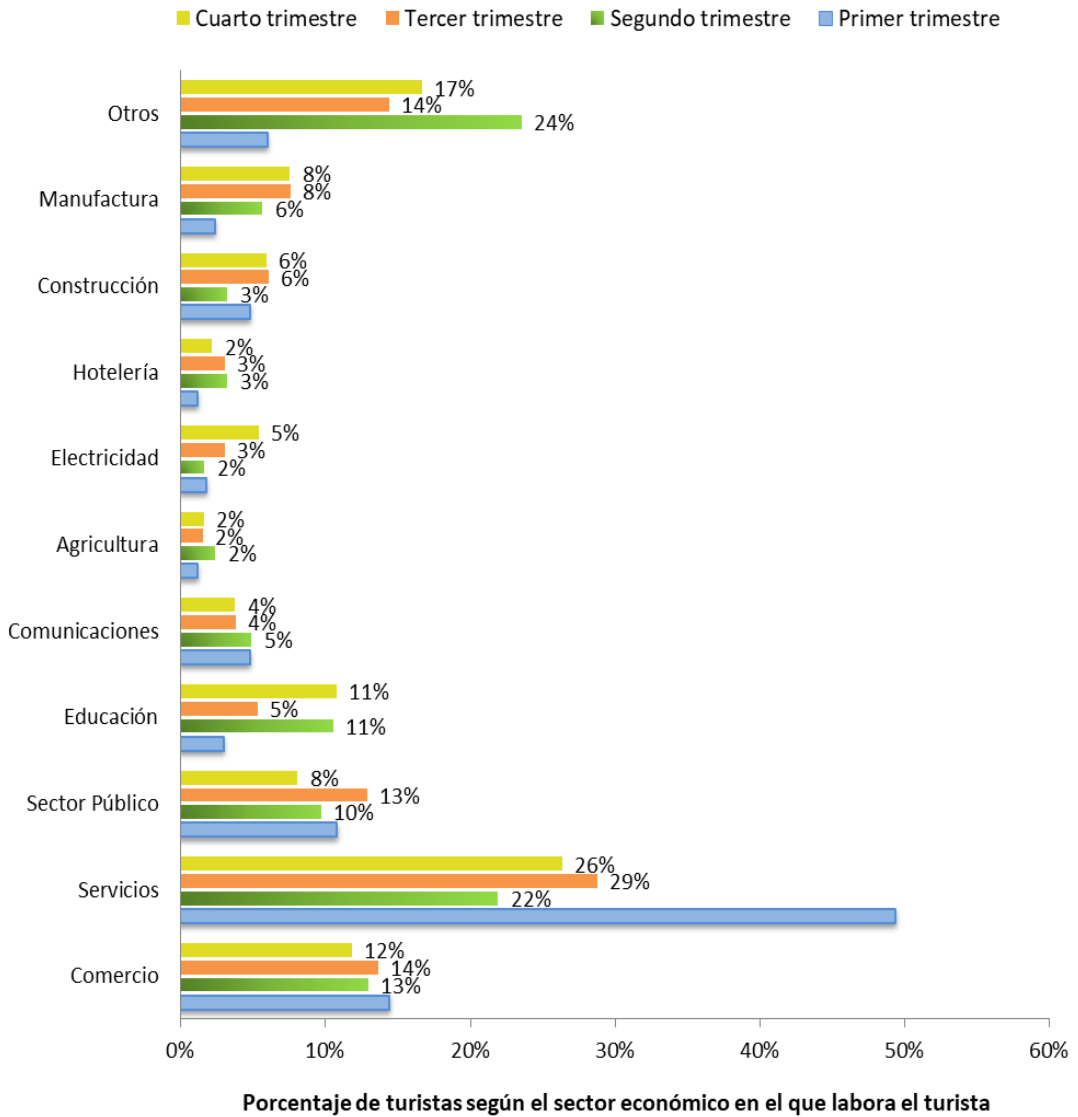
Ilustración 6: Profesión del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Finalmente, durante todo el año, la mayor fracción de turistas extranjeros que arriban a la ciudad de Cuenca, se dedica a actividades del sector servicios profesionales (26% en el cuarto trimestre), seguida por el sector comercio (13%). Los turistas que laboran en el sector público en sus respectivos países, se observa una disminución de 5%, situación contraria a la de turistas que laboran en el sector educativo en sus respectivos países que pasa de 5% a 11%. De aquellos turistas que laboran en otros sectores económicos (17%), al igual que en trimestres anteriores, un 39% laboran en el sector salud y el restante de actividades está aún más desagregado y disperso que sigue sin resultar significativo a nivel individual. (Ver Ilustración 7)

Ilustración 7: Sector Económico en que labora el Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista

La Tabla 1 resume en gran medida la composición del núcleo familiar del turista extranjero.

Tabla 1: Composición del Núcleo Familiar del Turista Extranjero

	TRIMESTRE	ESTADO CIVIL						Total
		SOLTERO	UNION LIBRE	CASADO	SEPARADO	DIVORCIADO	VIUDO	
Vive Solo	4	27.8%	1.3%	4.5%	0.6%	3.2%	0.3%	37.9%
Solo padre e hijos	4	19.1%	1.6%	33.0%	0.3%	0.6%	0.6%	55.3%
Padres e hijos y otros familiares	4	2.3%	0.6%	2.3%	0.0%	1.0%	0.6%	6.8%
Total	4	49.2%	3.6%	39.8%	1.0%	4.9%	1.6%	100.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Como se puede apreciar, a diferencia del tercer trimestre, ahora la mayoría de visitantes forman parte de una familia tradicional con un núcleo familiar arquetípico conformado por padres e hijos 33% y por turistas solteros que viven solos (27.8%) o con sus padres (19.1%).

Los resultados del presente estudio revelan la existencia de dos perfiles de turistas extranjeros que visitan la ciudad de Cuenca

Perfiles de turistas extranjeros

En Resumen

Las nacionalidades que representan la mayoría de turistas que visitaron la ciudad de Cuenca en este trimestre son: Estados Unidos, Colombia, Alemania, España y Francia

Tomando en cuenta los resultados del estudio llevado a cabo en el cuarto trimestre del año 2017, se pueden inferir dos perfiles de turistas extranjeros que visitan la ciudad:

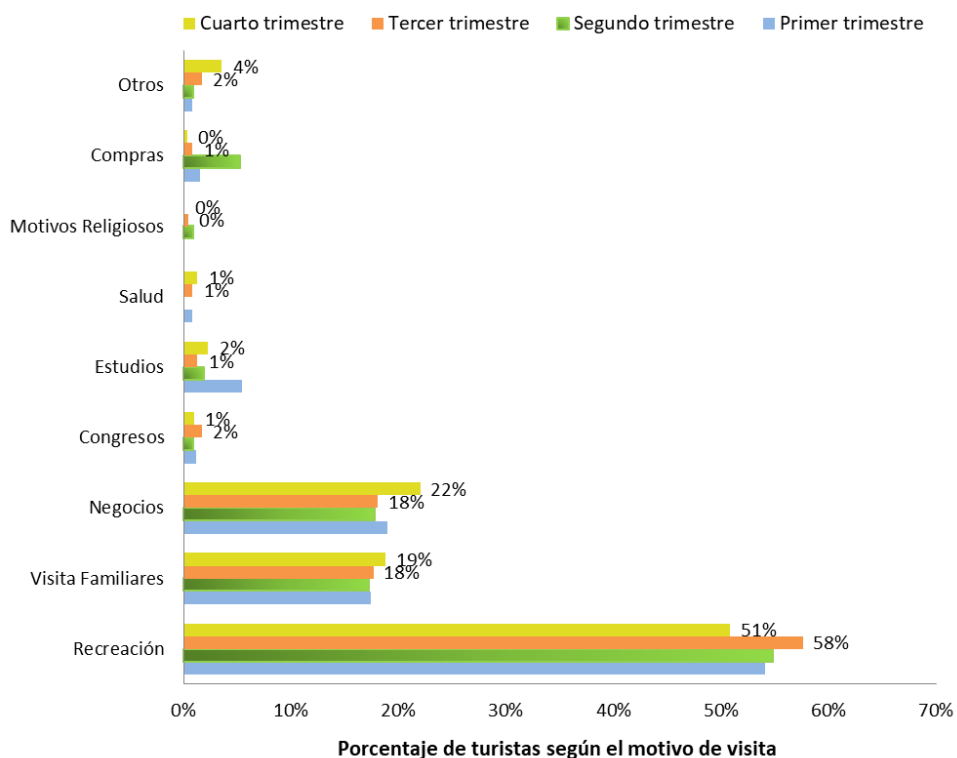
- a) Un perfil conformado por turistas adultos casados con un nivel de instrucción superior que laboran en el campo profesional que forman parte de una familia tradicional y que se desenvuelven en ámbitos públicos como privados.
- b) Un perfil conformado por turistas adultos contemporáneos, solteros, que viven solos o con sus padres, con niveles de instrucción superior y que laboran como profesionales independientes en sectores tanto privados como públicos.

4.2 Motivación del Turista

4.2.1 Motivación

En este tercer periodo los resultados del estudio revelan, como se aprecia en la Ilustración 8, que la principal razón del turista para venir a la ciudad de Cuenca sigue siendo la recreación (51%). Se verifica una disminución de 7 puntos porcentuales con respecto al trimestre anterior, pero este valor sigue en concordancia con lo observado durante todo el año; Muy de lejos siguen otras motivaciones, tales como negocios (22%) con incremento de 4% respecto al tercer trimestre, y aquellos que arriban por visitas a familiares (19%); todos estos resultados son muy similares a trimestres anteriores.

Ilustración 8: Razón Principal del Turista Extranjero para venir a la ciudad de Cuenca



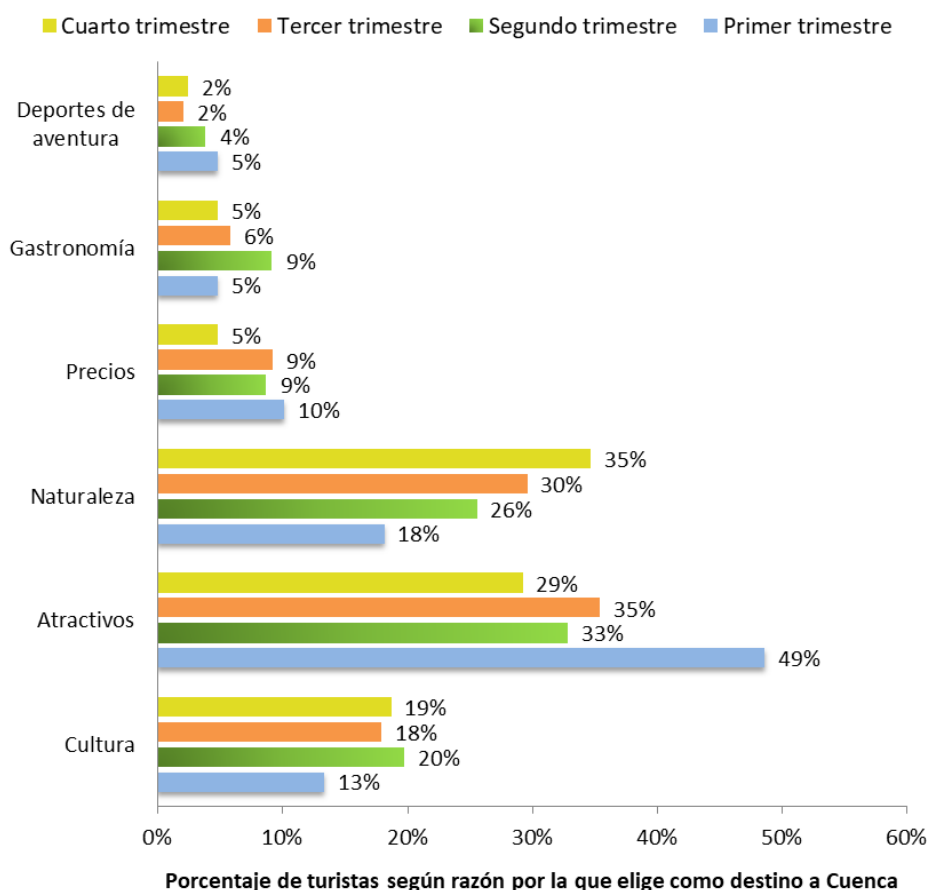
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.2.2 La Elección de Cuenca como destino turístico

En este cuarto periodo del año, ahora los turistas extranjeros eligen a la ciudad de Cuenca como destino turístico principalmente por sus paisajes naturales (35%), seguido no muy de lejos por sus atractivos (29%), como los monumentos característicos de la ciudad. El turismo que vino a la ciudad por cultura se mantiene en 19%. La incidencia de turistas que eligen a la ciudad de Cuenca como destino por gastronomía y deportes de aventura sigue siendo marginal (5% y 2% respectivamente). Se observa, además, que hubo una disminución de turistas que arriban a la ciudad atraídos por sus precios (del 9% al 5%). Quizá el resultado más interesante de este acápite, es el incremento sostenido en la proporción de turistas extranjeros que arriban a la ciudad motivados por sus atractivos naturales (esta proporción

pasa del 18% en el primer trimestre al 35% en el cuarto) en detrimento fundamentalmente, del turista que visita la ciudad motivado por sus atractivos no naturales.

Ilustración 9: Razón Principal para la Elección del Destino Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Adicionalmente, el estudio revela que -al igual que en el trimestre anterior- la mayor proporción de turistas son visitantes por primera vez (60%), mientras que existe una tasa de retorno del 40%. Esto implica que de cada 10 turistas que ingresan, cuatro presentan altas probabilidades de retornar en una visita futura.

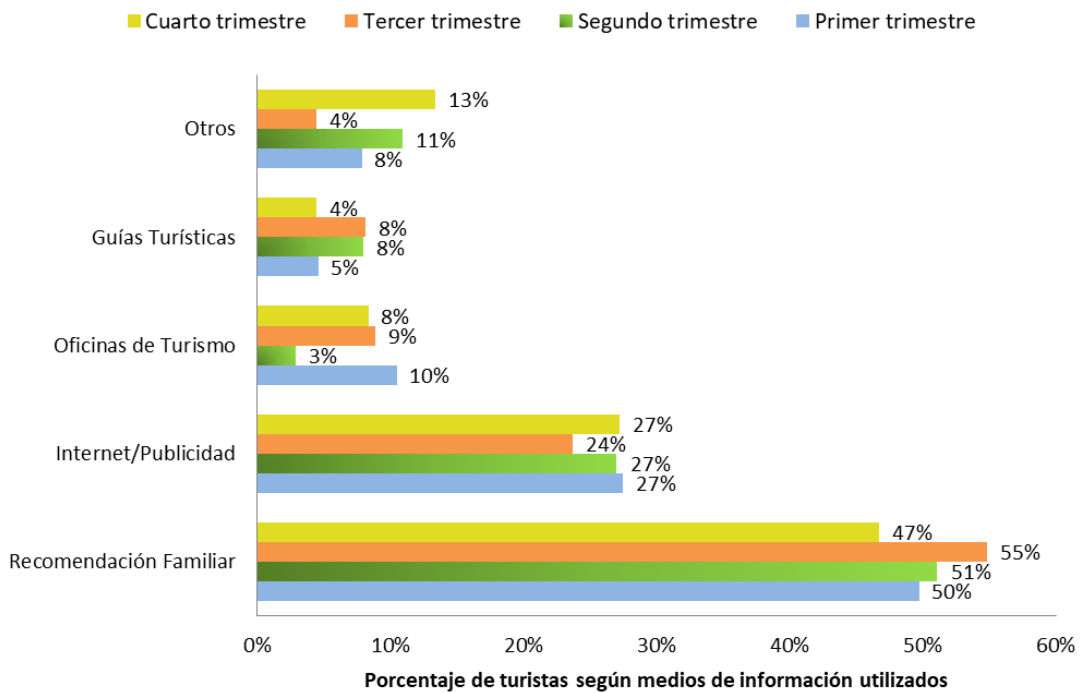
4.2.3 Medios de Información Utilizados por el turista

Al evaluar los medios informativos utilizados para recibir información sobre la ciudad, según la Ilustración 10, los resultados revelan que el turista extranjero recibe, en concordancia con trimestres anteriores, mayor información a partir de experiencias previas y recomendaciones de amigos y familiares que han visitado previamente la ciudad o se han radicado definitivamente (47%), pero con disminución de 8% respecto al trimestre anterior. Aquellos que utilizan medios como internet o publicidad para informarse sobre la ciudad son el 27% del total. La incidencia de uso de oficinas de turismo y guías turísticas es de 8% y 4% respectivamente, mientras que aquellos turistas que mencionan utilizar otros medios de información (13%), la mayoría se sigue informando sobre la ciudad en su lugar de trabajo

(63%), y el resto utiliza medios como libros de turismo o revistas (13%), o se informa en sus lugares de estudios (13%) (Ver anexo 2, Ilustración 56).

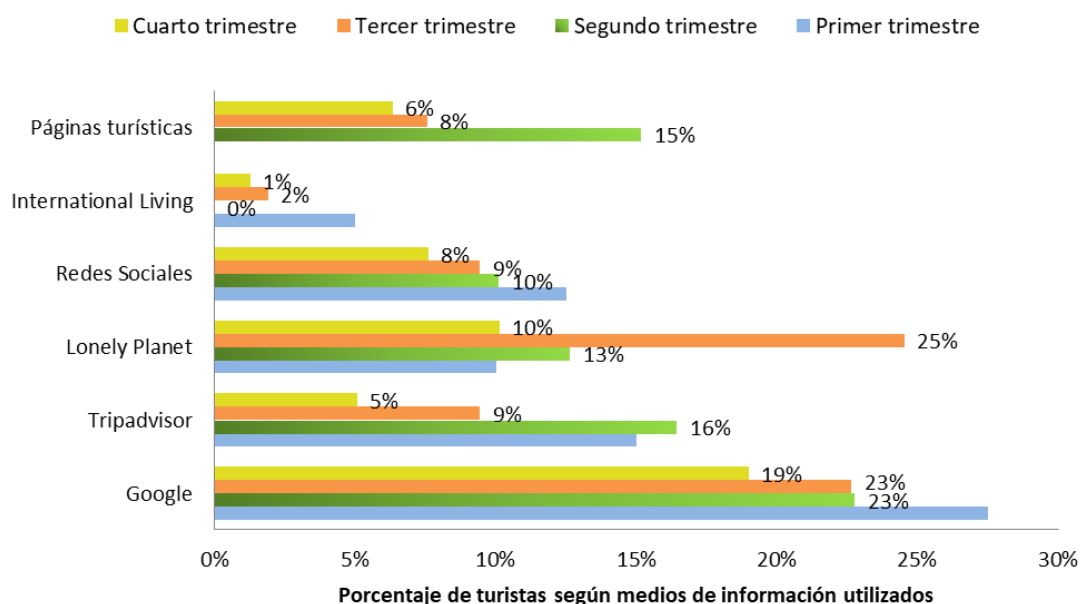
De la Ilustración 11 se puede notar que, en esta última parte del año, de los turistas extranjeros que utilizaron como medio de internet para informarse sobre la ciudad, el buscador google (19%) fue el más importante, mientras que el uso de Lonely planet como medio de internet es menor respecto al tercer trimestre (disminución del 25% al 10%). Hay una fuerte disminución de turistas que utilizan medios como Tripadvisor (del 9% al 5%). Las páginas turísticas inciden en un 6% de los visitantes. Aún la Revista Internacional Living no fue citada como fuente de información relevante de la ciudad (apenas el 1%), mientras que en este periodo hay un 8% de turistas que utilizaron como medios de información las redes sociales.

Ilustración 10: Medios de Información utilizados por el Turista Internacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 11: Medios de Internet utilizados por el Turista Internacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Importante

Las recomendaciones familiares, el internet y la publicidad son los medios más utilizados por el turista extranjero para informarse sobre el destino turístico Cuenca.

Principales hallazgos con respecto a la motivación del turista extranjero

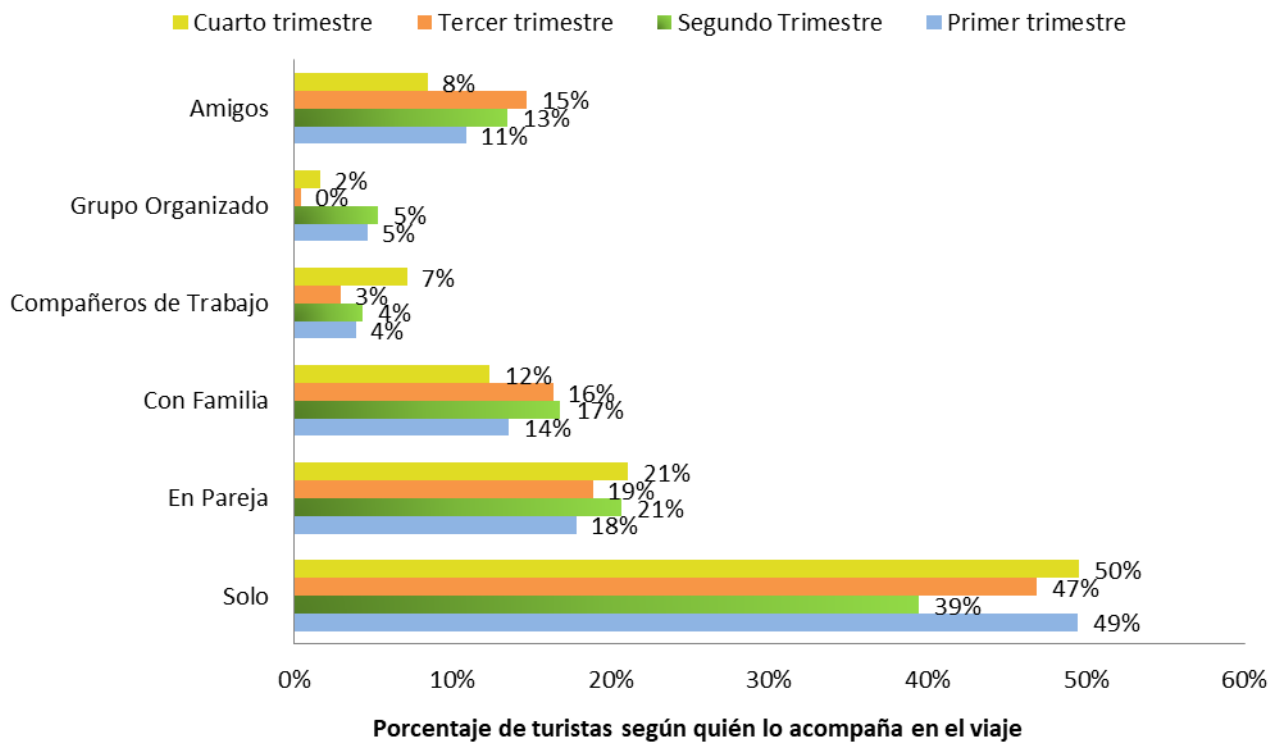
- El motivo principal de los turistas extranjeros para visitar Cuenca sigue siendo por recreación, negocios y visita familiar.
- Los turistas extranjeros que vinieron por recreación indicaron que la razón principal para la elección de la ciudad de Cuenca como destino turístico se debe principalmente a sus paisajes naturales, atractivos turísticos, y a la cultura característica de la ciudad de Cuenca.

4.3 Organización del Viaje

4.3.1 Con quién viaja el Turista

En lo que respecta a aspectos organizativos del viaje, los resultados revelan que la mayoría de los turistas internacionales que arriban a la ciudad, aunque en mayor incidencia que en trimestres anteriores, vienen solos (50%) o en parejas (incremento de 19% al 21%). Además, se evidencia disminuciones en la proporción de turistas que vienen acompañados de su familia o por sus amigos (12% y 8% respectivamente). En este trimestre hay un aumento en el flujo de visitantes que vienen acompañados por sus compañeros de trabajo (de 3% al 7%). Por último, la incidencia de turistas que arriban en un grupo organizado es baja (solamente el 2%).

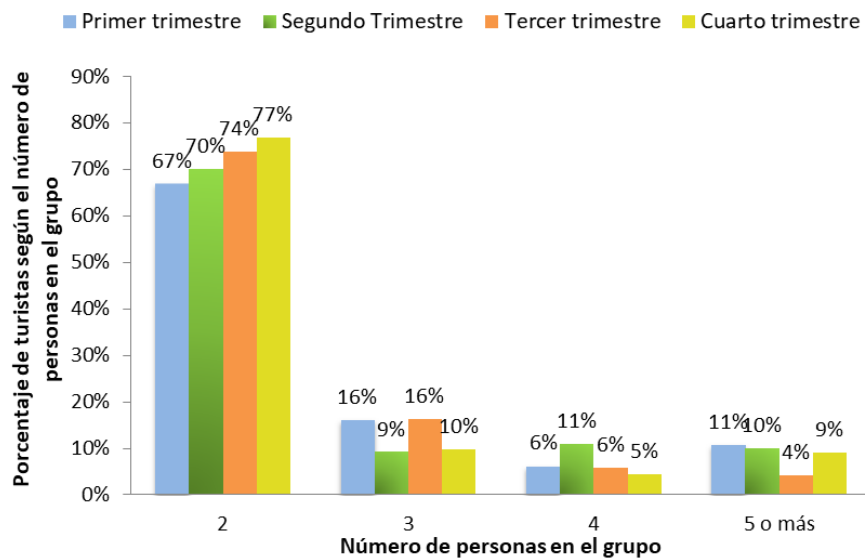
Ilustración 12: Con quién viaja el Turista extranjero que viene a la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 13: Número de Personas en el Grupo

(Para personas que no vinieron solas)



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Además en la Ilustración 13 se puede apreciar que del total de turistas que no viajan solos, la predilección sigue siendo hacerlo en pareja (con aumento de 74% a 77%) o en grupos pequeños de hasta 4 individuos. Grupos organizados de tamaño mayor son escasos.

Al cruzar las variables “razón principal de la visita” con “compañía de viaje” se puede inferir que el turista que viene a la ciudad de Cuenca, mayoritariamente lo hace por motivos recreativos en viaje personal (21%), en viaje con su pareja (15.9%) y una fracción menor lo hace con sus amigos (7.1%) y en familia (5.5%). Esto a su vez sugiere que los turistas internacionales pueden ver al destino Cuenca como un lugar ideal para actividades de esparcimiento en viaje personal en este último periodo del año, lo cual no se observaba en la primera parte del estudio. En el resto de la Tabla los resultados se presentan estables en el tiempo. (Ver Tabla 2)

Tabla 2: Motivo Principal vs Compañía de Viaje

		Trimestre	¿CON QUIÉN REALIZÓ EL VIAJE?						Total
			SOLO	GRUPO	FAMILIA	PAREJA	AMIGOS	TRABAJO	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	4	21.0%	1.0%	5.5%	15.9%	7.1%	0.3%	50.8%
	Visita a familiares o amigos	4	10.4%	0.3%	5.2%	1.9%	0.6%	0.3%	18.8%
	Negocios, actividades	4	12.9%	0.0%	1.0%	2.3%	0.0%	5.8%	22.0%
	Congresos, conferencias	4	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	1.0%
	Estudios, investigación	4	1.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	0.3%	2.3%
	Tratamiento de salud	4	0.6%	0.0%	0.3%	0.3%	0.0%	0.0%	1.3%
	Compras o servicios personales	4	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%
	Otros	4	2.6%	0.3%	0.0%	0.6%	0.0%	0.0%	3.6%
Total	4	49.5%	1.6%	12.3%	21.0%	8.4%	7.1%	100.0%	

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.3.2 Forma de Organización del Viaje

Al igual que en los trimestres anteriores, los resultados revelan que la amplia mayoría de los turistas extranjeros siguen organizando su viaje en forma independiente y por cuenta propia (90%).

4.4 La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca

4.4.1 Elección del Alojamiento

La Tabla 3 revela que de todos los turistas que vienen por motivos recreativos, la amplia mayoría sigue prefiriendo el establecimiento hotelero tradicional (72%). Este resultado se replica para otros turistas con motivos diferentes como negocios (82.4%) y tratamiento de salud (50%), exceptuando el caso de aquellos que visitan a familiares y amigos, dónde la norma sigue siendo el alojamiento en la casa familiar o dónde amigos que ofrecen hospedaje gratuito (63.8%). De especial atención son los turistas que arriban por motivos de estudios o investigación, pues en este periodo su preferencia es alojarse con familiares o amigos (71.4%). Quienes arriban por dictar congresos o conferencias eligen hospedarse en establecimiento hotelero, apartamento o reservar una habitación o casa particular por medio de la web (Casa Airbnb) en 33.3% cada una. Hay turistas quienes prefieren reservar una habitación o casa particular por medio de la web (Casa Airbnb) que son aquellos que arriban a la ciudad por realizar compras (100%).

Tabla 3: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento

		Trimestre	¿QUÉ TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZÓ EN SU ESTANCIA?					TOTAL	
			ALOJAMIENTO HOTELERO	APARTAMENTO	FAMILIA, AMIGOS	CASA AIR BNB	NO PERMANECIÓ EN LA CIUDAD		OTROS
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	4	72.0%	5.1%	12.1%	8.3%	0.0%	2.5%	100.0%
	Visita a familiares o	4	27.6%	6.9%	63.8%	0.0%	0.0%	1.7%	100.0%
	Negocios, actividades	4	82.4%	5.9%	8.8%	1.5%	0.0%	1.5%	100.0%
	Congresos, conferencias	4	33.3%	33.3%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	Estudios, investigación	4	14.3%	0.0%	71.4%	14.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	Tratamiento de salud	4	50.0%	0.0%	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Compras o servicios personales	4	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	Otros	4	27.3%	9.1%	9.1%	18.2%	0.0%	36.4%	100.0%
Total	4	62.1%	5.8%	22.3%	6.5%	0.0%	3.2%	100.0%	

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.4.2 Duración de La Estancia

Con respecto a la duración de la estancia, ésta depende y está ligada al motivo principal por el que vienen los turistas. En este sentido, no es posible comparar la permanencia de un turista que llega por motivos de salud que uno que viene por motivos puramente recreacionales².

Por lo expuesto con anterioridad, es recomendable realizar una disgregación por motivo de viaje para determinar con certeza el tiempo de estadía de acuerdo al motivo principal de viaje. La Tabla 4 revela que el turista recreativo tiende a permanecer alrededor de 3 días en la ciudad, al igual que en trimestres anteriores; aquel que visita a familiares o amigos tiene ahora lo hace en estancia mediana de 10 días (incremento explicado por las festividades de fin de año), mientras que un visitante por negocios continúa con estancias de 3 días. Los turistas que llegan a la ciudad por salud ahora lo hacen en estancias cortas de 3.5 días.

Resulta importante notar que aquellos visitantes que vienen por dictar congresos o conferencias en esta parte del año lo hacen en estancias largas de 16 días, y aquellos que visitan la ciudad por estudios o investigación tienen permanencia hasta una semana. En este periodo hay visitantes que arriban por compras o servicios personales con estancias de 9 días.

Tabla 4: Motivo Principal vs Días de Alojamiento

		DURACIÓN DE LA ESTANCIA (Para visitantes de hasta 30 días) (Mediana)			
		Primer trimestre	Segundo trimestre	Tercer trimestre	Cuarto trimestre
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	4.0	3.0	3.0	3.0
	Visita a familiares o amigos	5.0	5.0	7.0	10.0
	Negocios, actividades	3.0	3.0	3.0	3.0
	Congresos, conferencias	7.0	7.5	8.5	16.0
	Estudios, investigación	6.0	11.5	3.0	7.0
	Tratamiento de salud	2.0	n/d	12.0	3.5
	Motivos religiosos	n/d	2.0	1.0	n/d ³
	Compras o servicios personales	5.0	5.0	2.0	9.0
	Otros	6.0	8.0	4.5	6.0

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Con respecto a la duración de estancia de acuerdo al tipo de alojamiento utilizado por los turistas, en la Tabla 5, se aprecia que quienes se alojan en establecimientos hoteleros tradicionales tienen

² Es importante acotar que debido a la existencia de datos anómalos, muchas veces la media no es la medida que mejor refleja la realidad del comportamiento de una variable, en el caso de un sesgo positivo pronunciado, es recomendable basar el reporte en la moda o la mediana.

³ En este periodo octubre – diciembre 2017 no hubo turistas extranjeros que visitan la ciudad por motivos religiosos.

estancias cortas de 3 días, al igual que en trimestres anteriores. En este periodo hubo una disminución de duración de estancia de aquellos turistas que se alojan en apartamentos de 27 a 20.5 días. Turistas que eligieron alojarse con familiares o amigos tuvieron una estancia de 7 días; quienes utilizaron alojamiento reservado por medio de la web (casa airbnb) tienen estancias de 5 días de alojamiento.

Tabla 5: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento

		DURACIÓN DE LA ESTANCIA (Para visitantes de hasta 30 días) (Mediana)			
		Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre	Cuarto Trimestre
Tipo de Alojamiento Utilizado	ALOJAMIENTO HOTELERO	3.0	3.0	3.0	3.0
	APARTAMENTO	25.0	18.0	27.0	20.5
	FAMILIA, AMIGOS	8.0	6.0	7.0	7.0
	CASA AIR BNB	7.0	3.0	3.0	5.0
	NO PERMANECIÓ EN LA CIUDAD	n/d	2.0	1.0	n/d
	OTROS	17.5	3.0	3.5	7.0

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

4.4.3 El costo de la Estancia

Los costos de la estancia siguen siendo determinados por diversos factores entre los que se encuentran el modo de organización del viaje (por agencia o por cuenta propia) y el motivo del viaje. En ese sentido se esperaría que el turista que viene por motivos religiosos o de salud gaste menos que aquel que viene por actividades lúdicas.

Con respecto a los turistas que vienen por cuenta propia, como se puede apreciar en la Tabla 6, los gastos promedios siguen una relación directa con el motivo de visita y por ende con la duración de la estadía. Entre los grupos que más gastan durante la estancia, a diferencia del tercer trimestre, se encuentran en primer lugar aquellas personas que vienen por dictar congresos o conferencias⁴, y en segundo lugar quienes vienen de visita a familiares o amigos, lo que es congruente con el tiempo de estancia de estos grupos. Los turistas con estancias cortas, pero con gastos también altos son aquellas que vienen por estudios o investigaciones o por compras personales. En el grupo de aquellos turistas que vienen por visitas familiares o amigos se puede apreciar que, a pesar de que cuentan con alojamiento gratis, los anfitriones no cubren otros rubros como alimentación y otros.

También se puede notar, que aquellos que vienen por estudios en este trimestre derogan un monto mayor con respecto al trimestre anterior, lo que es congruente con los días de estancia.

⁴ No obstante, es importante indicar que aquellos turistas que arriban a la ciudad por salud apenas representan el 1% del total de turistas extranjeros.

Tabla 6: Motivo Principal vs Gasto Turístico por trimestre
(Para aquellos turistas que organizaron su viaje por Cuenta Propia)

Turista Extranjero		Trimestre	GASTO POR PERSONA DURANTE LA ESTANCIA (en base al resultado de la mediana de la Tabla 4)						
			Alojamiento	Alimentación	Transporte	Servicios Culturales	Diversiones	TOTAL	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad	Recreación, esparcimiento vacaciones	3	\$33.00	\$50.99	\$68.86	\$1.52	\$5.29	\$159.66	
		4	\$64.47	\$63.83	\$99.73	\$7.45	\$3.38	\$238.86	
	Visita a familiares o amigos	3	\$22.75	\$110.43	\$430.36	\$3.35	\$8.69	\$575.58	
		4	\$43.71	\$129.05	\$327.87	\$10.92	\$18.38	\$529.93	
	Negocios, actividades profesionales	3	\$98.75	\$74.33	\$139.03	\$0.00	\$5.57	\$317.69	
		4	\$96.26	\$45.10	\$133.48	\$1.41	\$2.21	\$278.46	
	Congresos, Conferencias	3	\$119.72	\$68.18	\$22.63	\$5.45	\$8.18	\$224.17	
		4	\$170.00	\$400.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$570.00	
	Estudios, Investigación	3	\$34.53	\$19.18	\$34.14	\$1.15	\$0.00	\$89.00	
		4	\$261.81	\$18.70	\$233.76	\$0.00	\$6.68	\$520.95	
	Tratamiento de salud	3	\$237.56	\$205.45	\$686.99	\$0.00	\$0.00	\$1,130.00	
		4	\$78.09	\$41.65	\$274.63	\$0.00	\$0.00	\$394.38	
	Motivos Religiosos	3	\$200.00	\$30.00	\$4.00	\$0.00	\$0.00	\$234.00	
		4	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	
	Compras o Servicios Profesionales	3	\$0.00	\$30.00	\$30.00	\$0.00	\$0.00	\$60.00	
		4	\$167.86	\$167.86	\$134.29	\$0.00	\$0.00	\$470.00	
	Otros	3	\$38.35	\$97.28	\$100.05	\$0.00	\$10.19	\$245.88	
		4	\$92.94	\$65.15	\$341.49	\$9.06	\$0.00	\$508.64	
	PROMEDIO GLOBAL		3	\$46.21	\$66.58	\$142.99	\$1.58	\$5.90	\$263.25
			4	\$70.32	\$74.72	\$164.90	\$6.82	\$6.13	\$322.89

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
 Elaborado por GIER

Por su parte, las personas que vienen por recreación derogan un monto inferior al promedio, pero que resulta ser mayor que en el trimestre anterior; además, tiene gastos en diversión inferior al promedio general; aquello puede deberse al corto periodo de estancia en comparación con otros grupos que visitan la ciudad por otros motivos.

Es interesante notar que, en este trimestre los grupos que vienen con el fin de visitar familiares y por motivos de estudios o investigación son los que más hacen uso de los servicios de diversión y los espacios culturales que ofrece la ciudad. Los grupos de turistas que más derogan en alojamiento son aquellos visitantes que arriban por estudios, por dictar congresos o conferencias, o por compras personales, lo que es congruente con el tipo de alojamiento que utilizan.

También se aprecia que en promedio los visitantes derogan altos rubros en transporte principalmente quienes vienen por visitas a familiares o amigos, por tratamientos de salud o por estudios.

Tabla 7: Gasto Diario por Persona

		Primer trimestre	Segundo trimestre	Tercer trimestre	Cuarto trimestre
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	\$65.88	\$46.46	\$53.22	\$79.62
	Visita a familiares o amigos	\$38.00	\$63.45	\$82.23	\$52.99
	Negocios, actividades profesionales	\$114.28	\$102.50	\$127.07	\$92.82
	Congresos, conferencias	\$55.36	\$108.75	\$26.37	\$19.00
	Estudios, investigación	\$64.83	\$36.62	\$29.67	\$74.42
	Tratamiento de salud	\$60.00	\$0.00	\$94.17	\$112.68
	Motivos religiosos	\$0.00	\$170.00	\$234.00	\$0.00
	Compras o servicios personales	\$9.33	\$66.67	\$30.00	\$52.22
	Otros	\$35.70	\$83.33	\$54.64	\$84.77
	GLOBAL	\$68.39	\$60.27	\$70.26	\$76.85

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Como se aprecia en la Tabla 7, las personas que vienen por tratamiento de salud o por motivos religiosos, por motivos recreacionales o por estudios o investigaciones fueron los que más gastaron en promedio por persona en este cuarto trimestre del año 2017. En promedio, los gastos diarios por turista que visita la ciudad de Cuenca, tuvieron un ligero aumento frente a los gastos promedio realizados en periodos pasados.

4.5 Percepción del Turista Internacional sobre el destino Cuenca

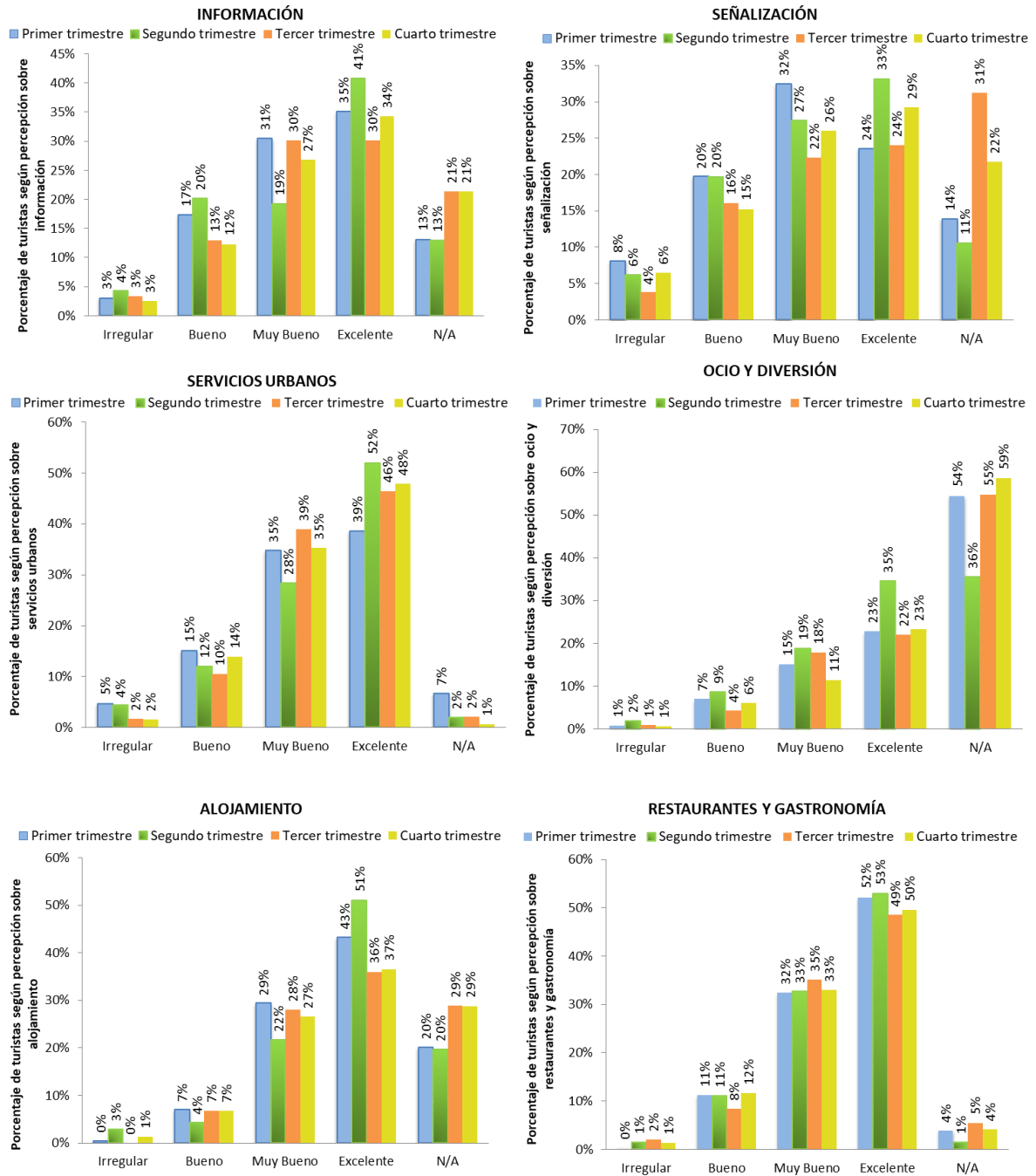
4.5.1 Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos

Los resultados en el trimestre octubre – diciembre revelan que los turistas siguen sin presentar mayores objeciones sobre los precios, independientemente del tipo de turista y del tipo de hospedaje elegido. Esto continúa ubicando al destino Cuenca como una locación asequible y con un alto beneficio por dólar.

4.5.2 Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad

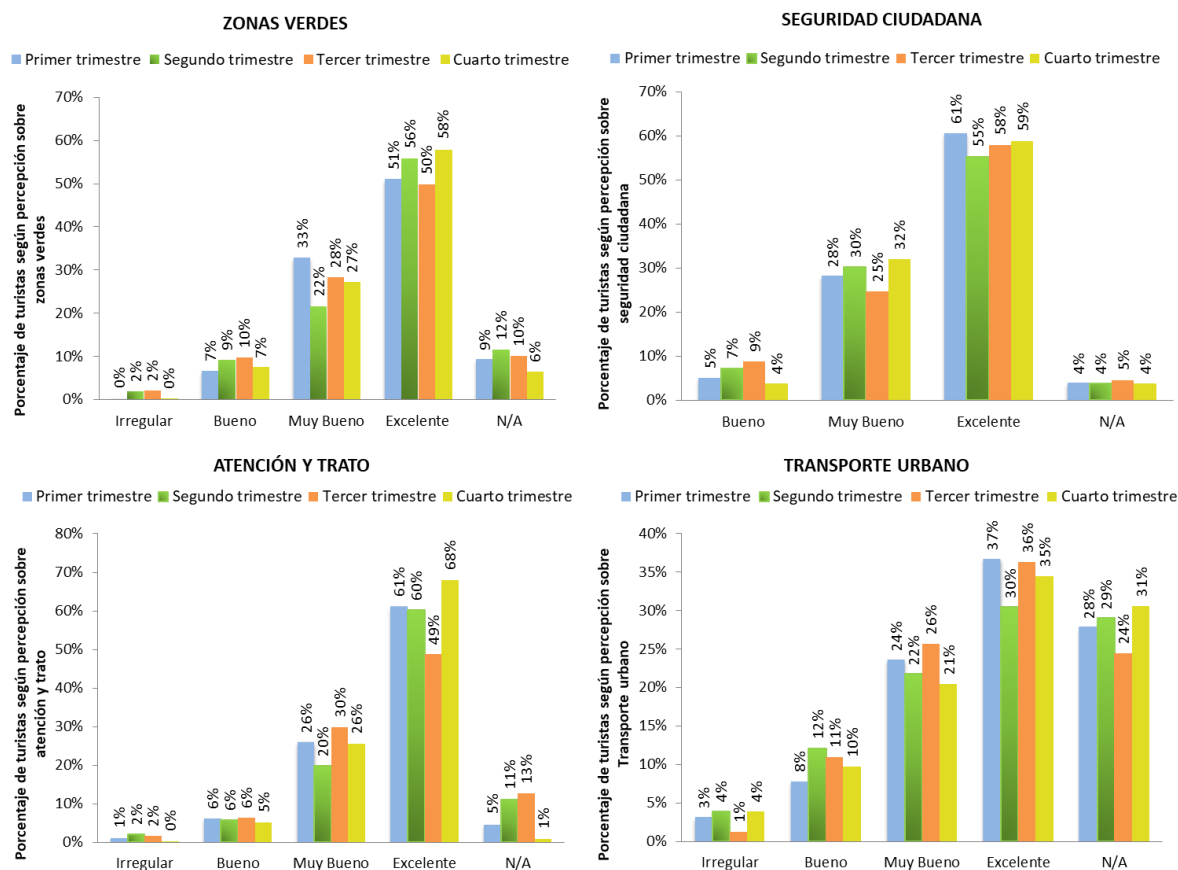
Los resultados del presente estudio demuestran que en general, el turista extranjero calificó los servicios de señalización, servicios urbanos, alojamiento, gastronomía e información como muy buenos a excelentes (con relativa mejora de bueno o muy bueno a excelente en el cuarto trimestre). Esto se puede apreciar en la Ilustración panorámica 14.

Ilustración 14: Percepción sobre los servicios generales de la ciudad de Cuenca por parte del turista extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Finalmente, se evidencia una mejora relativa en la percepción de servicios de zonas verdes y seguridad ciudadana. Un caso especial lo conforma la percepción sobre la atención y trato de la ciudadanía cuencana, pues en esta última parte del año hubo una gran mejora a excelente. En cuanto al servicio de transporte urbano se aprecia un leve deterioro en la percepción.

4.5.3 Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino

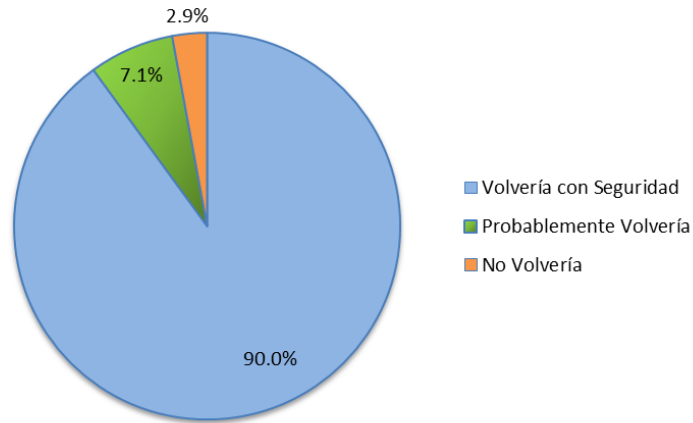
La posibilidad de retorno y la posibilidad de recomendación son factores claves para el turismo, puesto que una alta probabilidad de ambos significa una mayor demanda de turistas en el futuro.

Como constan en las Ilustraciones 15 y 16, el estudio revela que el 90% de los turistas volverían con seguridad a visitar el destino Cuenca, alrededor del 7.1% probablemente regresaría y solo un 2.1% anunció que probablemente o seguramente no volvería (Ilustración 15). De igual manera, y en concordancia con lo anterior, el 82.8% considera que la ciudad es altamente recomendable como destino, un 16.5% la calificó como medianamente recomendable. Los turistas que consideran a la ciudad como nada o poco recomendable es alrededor del 0.6% (Ilustración 16). Estos resultados en comparación con los obtenidos en el parcial anterior, se visualiza un mejora en posibilidad de recomendación de la ciudad de Cuenca, lo que es congruente con la mejora de percepción de los servicios que otorga la ciudad.

4.5.4 Grado de Conocimiento de la Ciudad antes de la visita

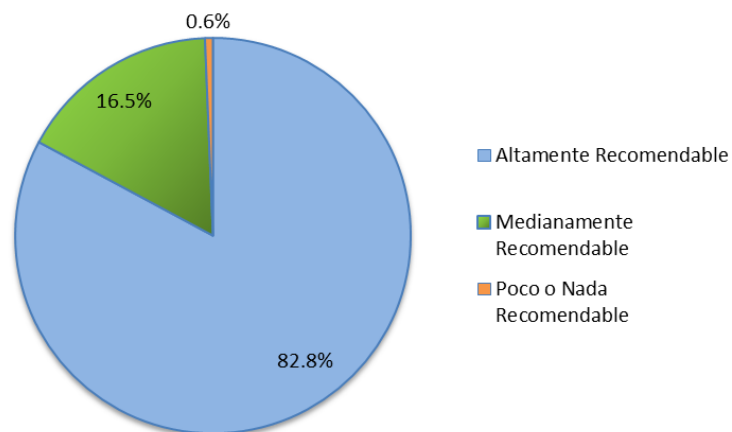
Alrededor del 90% de los turistas internacionales ya conocían la existencia de la ciudad de Cuenca antes de su visita. Solo una minoría la escogió como destino turístico en su ruta después del arribo al país (10%).

Ilustración 15: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 16: Recomendabilidad del Destino Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

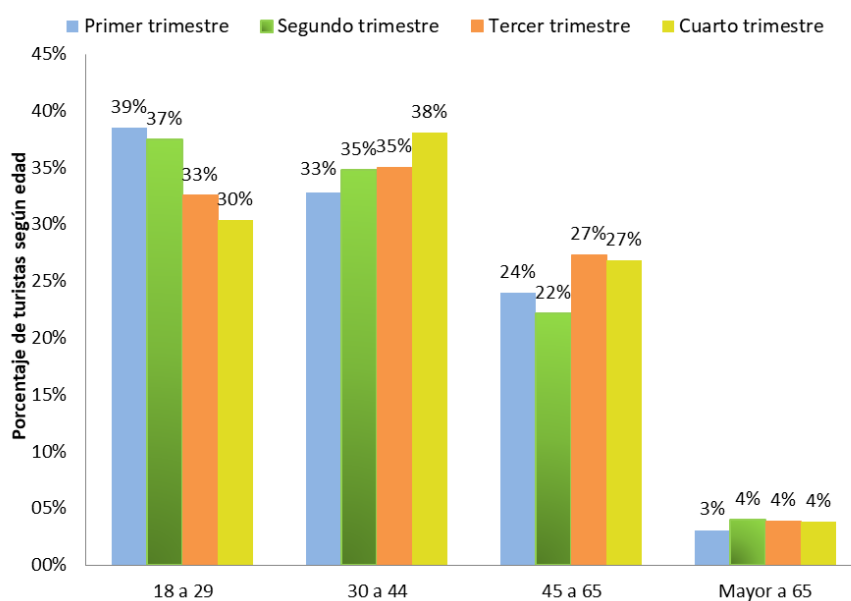
5. El Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca

5.1 Características Socio Demográficas del Turista Nacional

5.1.1 Edad, Género Y Estado Civil

Como se aprecia en la Ilustración 17, los resultados revelan que la mayoría de turistas nacionales se encuentra entre 30 a 44 años de edad (38%), una proporción no menos importante entre 18 a 29 años (30%), con una concentración alrededor de la media de 38 años. Esto lo sigue caracterizando como un adulto contemporáneo. También se presenta una incidencia de turistas nacionales entre 45 a 65 años de edad (27%). Grupos de turistas mayores de 65 años de edad continúa siendo pequeño (4%).

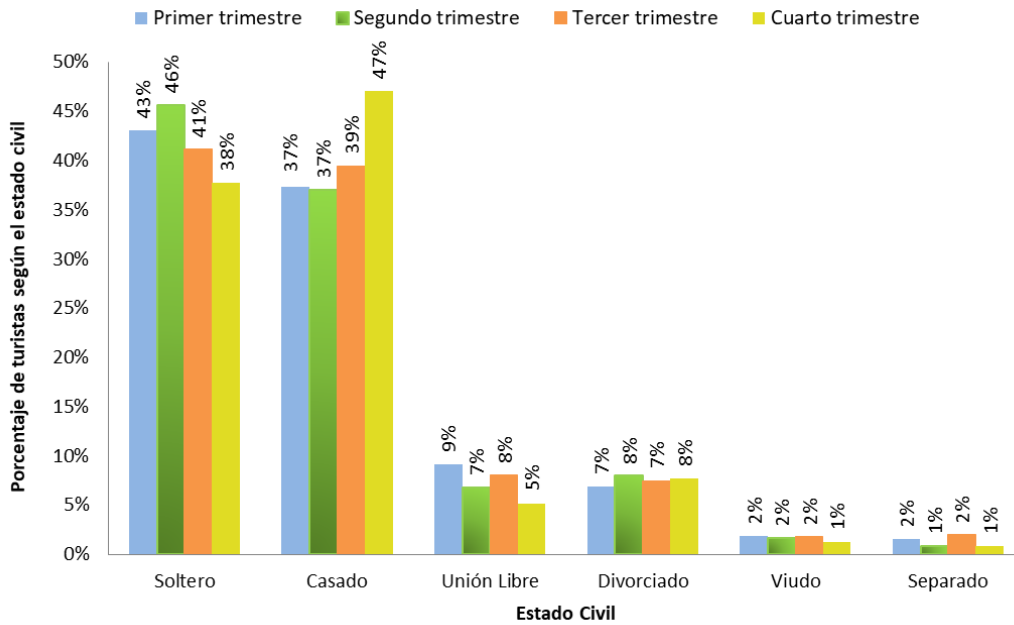
Ilustración 17: Edad del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

La Ilustración 18 muestra que, a diferencia de los reportados en los relevamientos parciales anteriores, los turistas nacionales son mayoritariamente casados (47%), mientras que los turistas nacionales solteros representan el 38% en este parcial. El resto de formas de asociación civil no presentan variaciones importantes.

Ilustración 18: Estado Civil del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

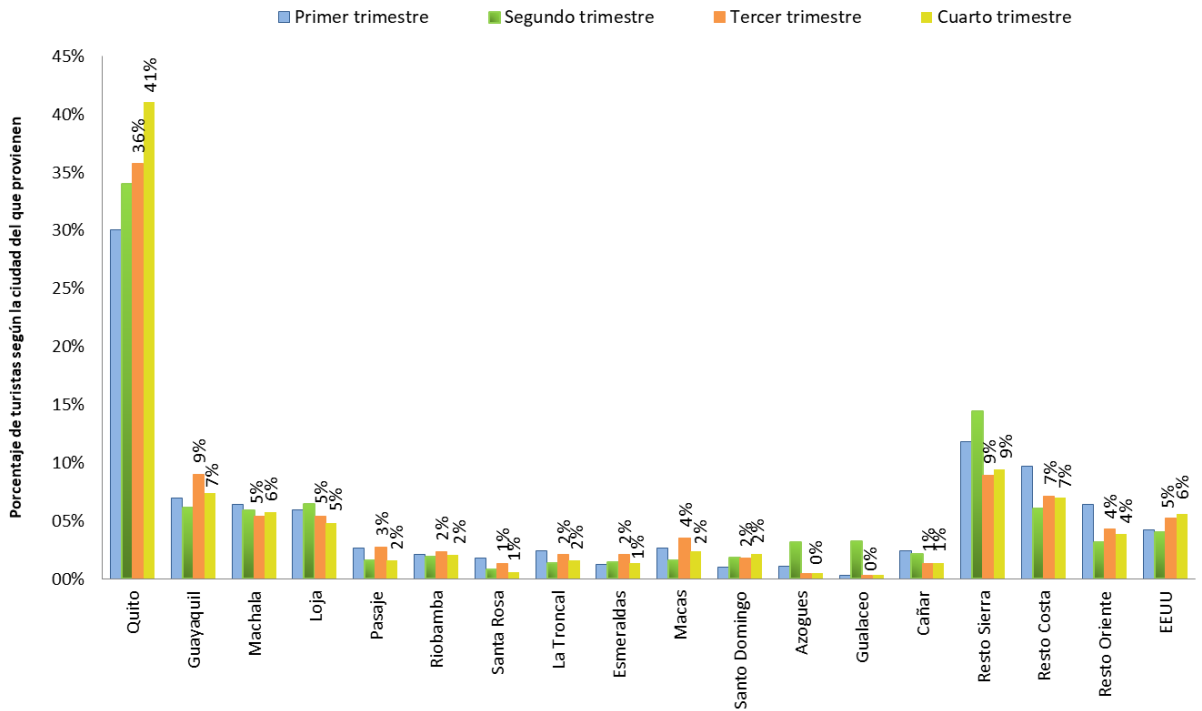
En lo concerniente al género, los resultados muestran que, aunque hubo una proporción de 49%-51% de varones frente a mujeres en el tercer trimestre, en este último parcial, los resultados arrojan una proporción de 56% de varones frente a un 44% de mujeres.

5.1.2 Procedencia del Turista

Al igual que en trimestres anteriores existen ciudades de origen predominantes. Como se puede apreciar en la Ilustración 19, la mayor porción de turistas con origen común sigue compuesta por quiteños (41%). Luego se encuentran, aunque en proporciones menores, los turistas guayaquileños (7%), machaleños (6%) y lojanos (5%). Es interesante notar que existen incrementos en los flujos provenientes de Quito, mientras que los visitantes del resto de regiones y ciudades no muestran grandes variaciones.

La proporción de visitantes de otras partes del Ecuador no es despreciable, pero las procedencias a nivel de ciudad son tan desagregadas y dispersas que no resultan significativas a nivel individual. No obstante, se puede identificar que hay una mayor proporción de turistas provenientes del resto ciudades de la región Sierra (9%), especialmente de ciudades de la provincia del Azuay como visitantes de Sevilla de Oro, Ponce de Enríquez y Paute. Un 7% son turistas del resto de ciudades de la costa principalmente de El Oro (como ciudades de Piñas y Zaruma), y un 4% provienen de la región oriente principalmente de ciudades de la provincia de Morona Santiago. Por último, hay un 6% de turistas ecuatorianos que residen en Estados Unidos especialmente en la ciudad de New York.

Ilustración 19: Procedencia del Turista Nacional en la ciudad de Cuenca

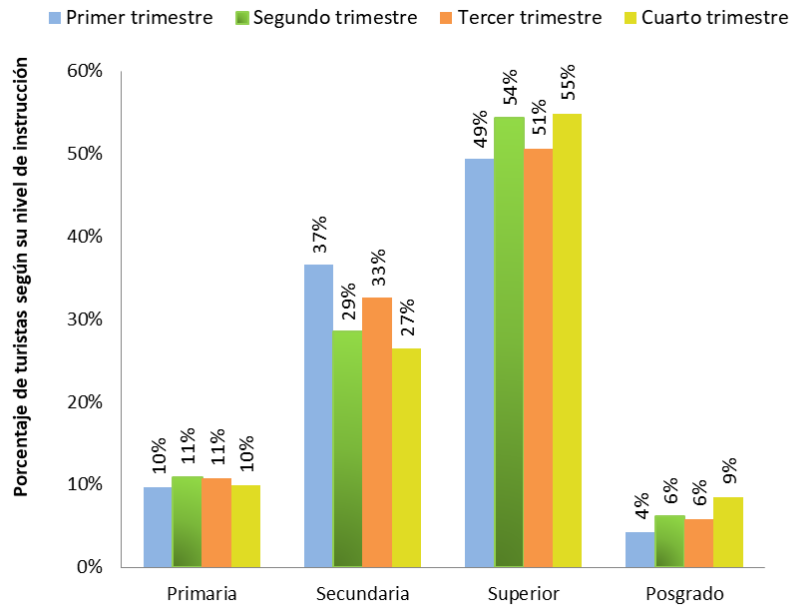


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista

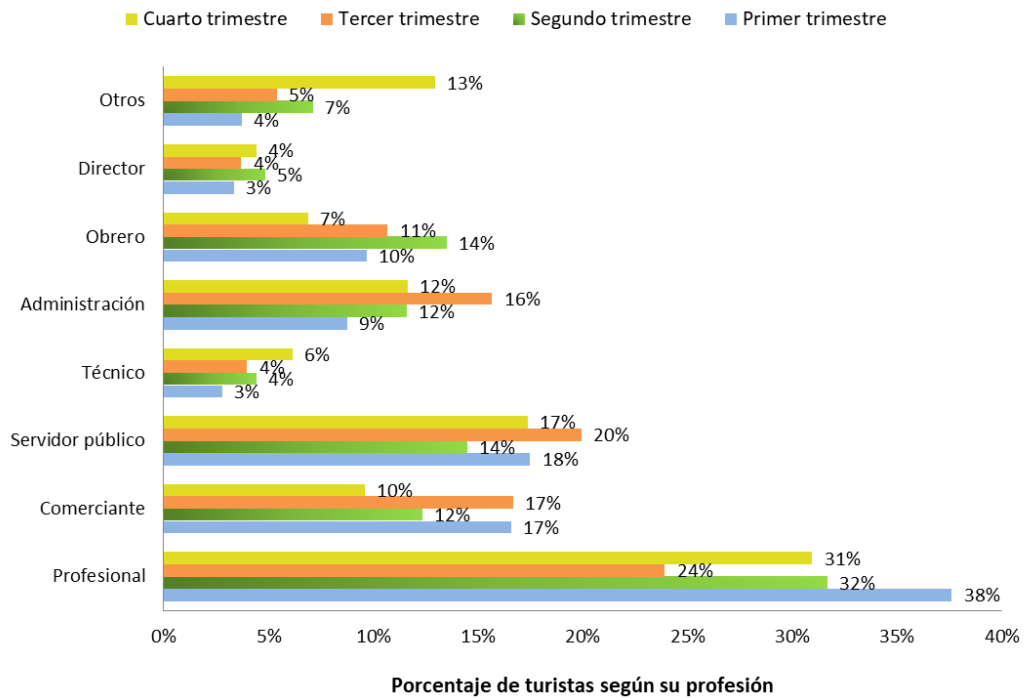
Como se indicó anteriormente, dentro de la tipología del turista es importante tomar en cuenta las variables de educación y situación laboral ya que pueden tener relación con el tipo de turismo a desarrollar en la ciudad. En ese sentido, los resultados del periodo octubre-diciembre revelan una mayor incidencia del turista nacional con un nivel de instrucción superior (con título de tercer nivel, maestría o superior) (64%), y menor incidencia de visitantes con título de bachiller (27%). Los datos indican que el turista nacional típico labora como profesional independiente (con incremento de 24% al 31% en este periodo), tal como se aprecia en la Ilustración 21. Un aspecto a destacar, es el incremento de visitantes que laboran como profesionales independientes, técnicos y directores, a la par una disminución de turistas nacionales con profesión de comerciantes, servidores públicos y administradores y obreros. De aquellos que indican otro tipo de profesión se encuentra turistas que laboran como docentes, médicos, ingeniero en sistemas, abogados, y otras profesiones que se encuentran tan desagregadas que resultan no ser significativas a nivel individual.

Ilustración 20: Nivel de Instrucción del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 21: Profesión del Turista Nacional que visita la ciudad de Cuenca

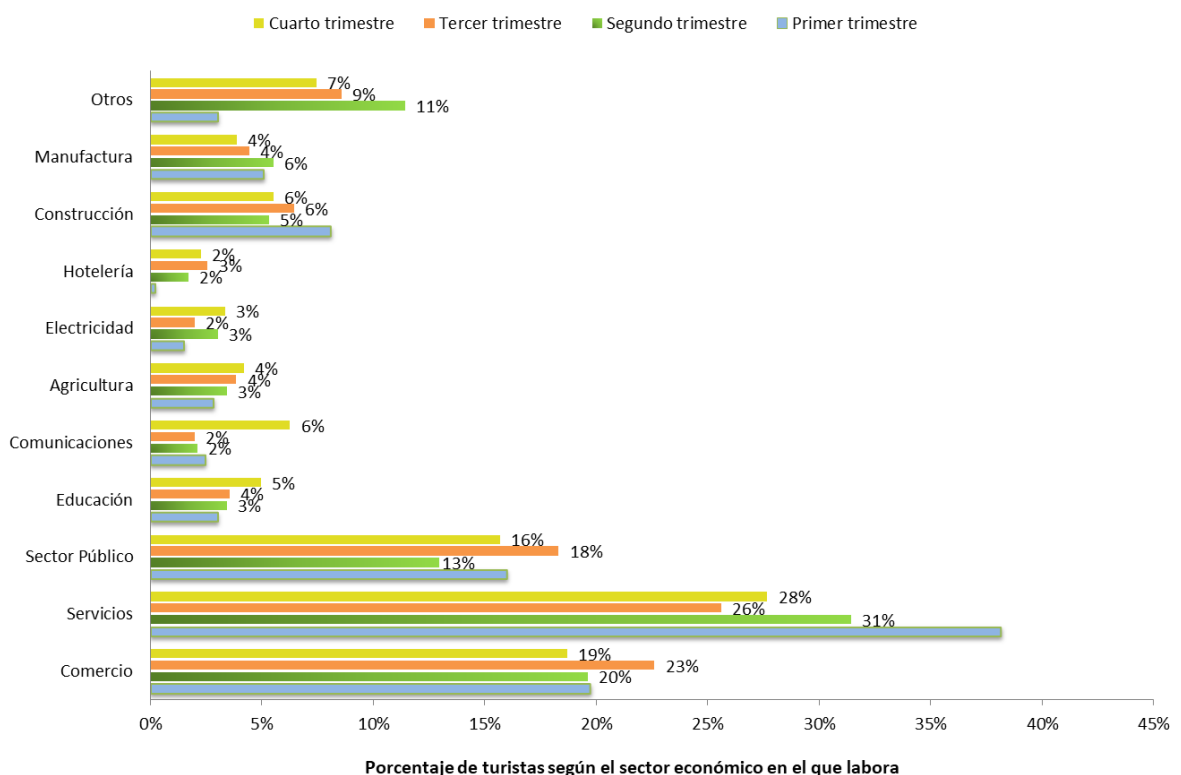


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Finalmente, en concordancia con resultados anteriores, hubo una predominancia de turistas nacionales que se dedican al sector servicios profesionales (28%), con incremento de 2% con relación al trimestre anterior. Otro grupo predominante está conformado por quienes se dedican al sector comercio (con disminución de 23% al 19%), y quienes laboran en el sector público (con disminución de 18% al 16%). Cabe señalar, que si bien existe un 10% que labora como comerciante (Ilustración 21), aquellos que laboran en el sector comercio asciende a 19% (Ilustración 22), la diferencia existente se debe fundamentalmente que en el sector comercio no solo laboran comerciantes, sino también pueden laborar otros profesionales como técnicos, administradores, etc.

No menos importante resulta, el repunte de aquellos que laboran en el sector de comunicaciones (incremento de 2% al 6%). La fracción de visitantes que se dedican al sector de construcción continúa alrededor del 6%. Los visitantes que arriban a la ciudad que laboran en el resto de sectores no presentan variaciones fuertes. Del resto de turistas que menciona laborar en otro sector económico (7%), la mayor porción trabaja en el sector salud (36.2%) y el restante de actividades está tan desagregado y disperso que no resultan significativos a nivel individual.

Ilustración 22: Sector Económico en que labora el Turista Nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista

La Tabla 8 resume en gran medida la composición del núcleo familiar del turista en el cuarto trimestre del año 2017.

Tabla 8: Composición del Núcleo Familiar del Turista Nacional

	ESTADO CIVIL						Total
	SOLTERO	UNION LIBRE	CASADO	SEPARADO	DIVORCIADO	VIUDO	
Vive Solo	9.5%	0.2%	1.4%	0.3%	2.4%	0.3%	14.2%
Solo padre e hijos	21.7%	4.4%	42.2%	0.5%	4.6%	1.0%	74.3%
Padres e hijos y otros familiares	6.7%	0.6%	3.4%	0.1%	0.8%	0.0%	11.5%
Total	37.9%	5.2%	47.0%	0.9%	7.8%	1.3%	100.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Al igual que en trimestres anteriores, alrededor de 21.7% de los visitantes viven con su familia y son solteros, pero un no menos significativo 9.5% está conformado por turistas solteros que viven solos. Asimismo, un 42.2% de los visitantes forman parte de una familia tradicional con un núcleo familiar arquetípico conformado por padres e hijos (con repunte de 34% a 42.2%).

Los resultados del presente estudio revelan la existencia de dos perfiles de turistas nacionales que visitaron la ciudad de Cuenca

Perfiles de turistas nacionales

Otros hallazgos importantes

Las nacionalidades que representan la mayoría de turistas nacionales que visitaron la ciudad al igual que el trimestre anterior, son: Quito, Guayaquil, Machala y Loja. Siendo Quito, el mercado potencial de turismo.

Se pueden inferir dos perfiles ya consolidados de turistas extranjeros que visitan la ciudad:

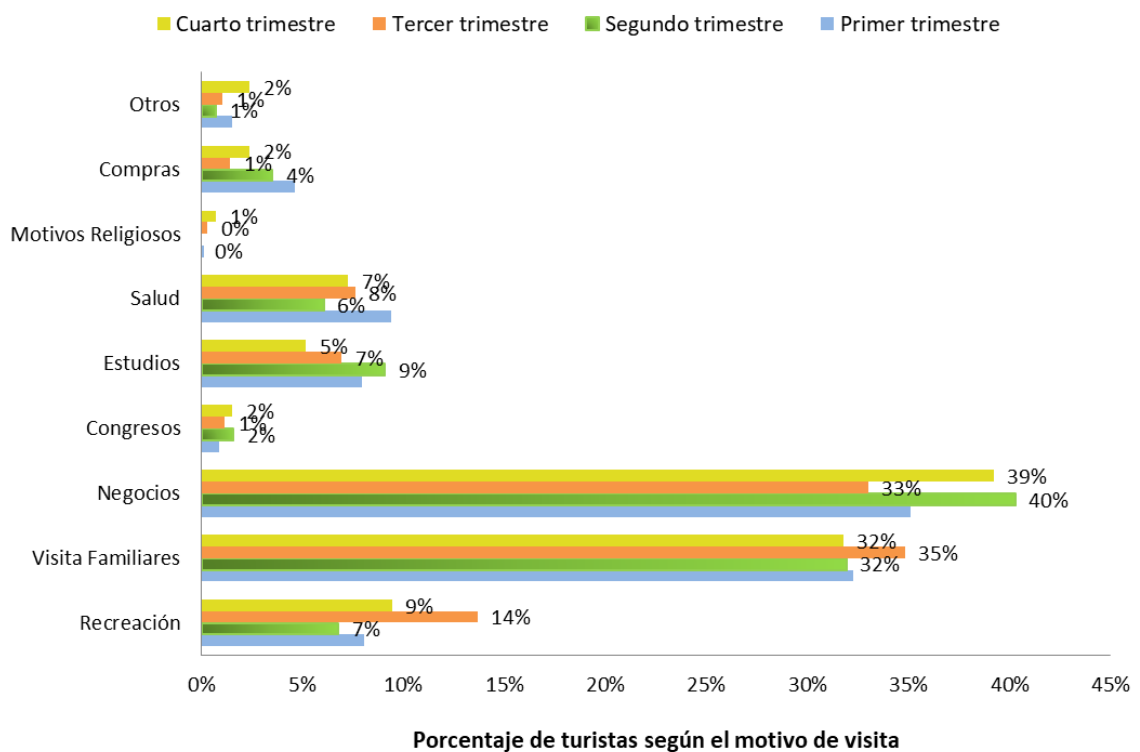
- a) Un perfil conformado por turistas adultos contemporáneos, solteros, que viven con su familia, con niveles de instrucción superior y que laboran como profesionales independientes en sectores tanto privado como público.
- b) Un perfil conformado por turistas adultos casados con un nivel de instrucción superior que laboran en el campo profesional que forman parte de una familia tradicional y que se desenvuelven en ámbitos públicos como privado.

5.2 Motivación del Turista

5.2.1 Motivación

Los resultados del estudio correspondientes a la última parte del año revelan, como se aprecia en la Ilustración 23, que la principal razón del turista para venir a la ciudad de Cuenca en este periodo vuelve a ser los motivos de negocios -lo que es congruente con la ciudad de origen de la mayor parte de turistas nacionales- al igual que en el primer y segundo trimestre (aumento del 33% al 39%) que se puede explicar en parte por el periodo de navidad; la visita a familiares o amigos se mantiene en proporciones similares al trimestres previos (con disminución de 35% a 32% entre el tercer y cuarto trimestre). No menos importante resulta la disminución de visitantes nacionales que visitan la ciudad por recreación (del 14% al 9%).

Ilustración 23: Razón Principal del Turista Nacional para venir a la ciudad de Cuenca



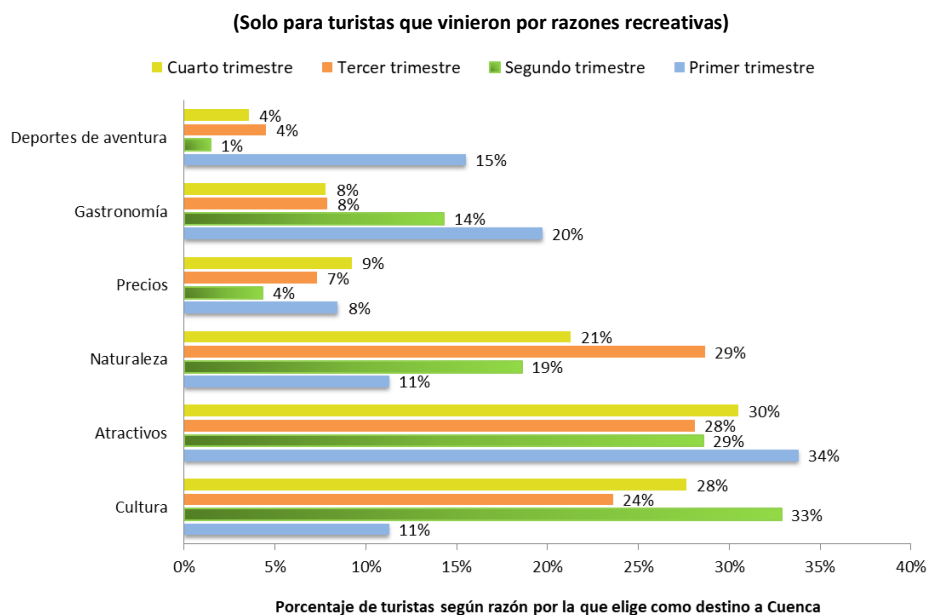
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.2.2 La Elección de Cuenca como destino turístico

Al investigar la razón de la elección de Cuenca como destino de recreación, a diferencia del trimestre anterior, ahora el turista nacional eligió el destino Cuenca principalmente por sus atractivos turísticos como sus monumentos (30%), y por su cultura (con repunte de 24% al 28%).

Otros cambios importantes en este periodo es la disminución de 8% de visitantes que vienen por paisajes naturales de la ciudad (de 29% al 21%), así como el aumento del 2% de turistas nacionales que visitan la ciudad por los precios asequibles (del 7% al 9%). Lo anterior expuesto significa que el turista nacional ve a la ciudad de Cuenca en este último periodo del año como un lugar para disfrutar de los atractivos turísticos, culturales y naturales. (Ver ilustración 24)

Ilustración 24: Razón Principal para la Elección del destino Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Adicionalmente, el estudio revela que cerca del 91.9% de los entrevistados son visitantes retornados, mientras que solo un 8.1% son visitantes de primera vez. Esto implica que de cada 10 turistas que ingresan, nueve presentan altas probabilidades de retornar en una visita futura, lo que es consistente con los resultados obtenidos en los boletines anteriores.

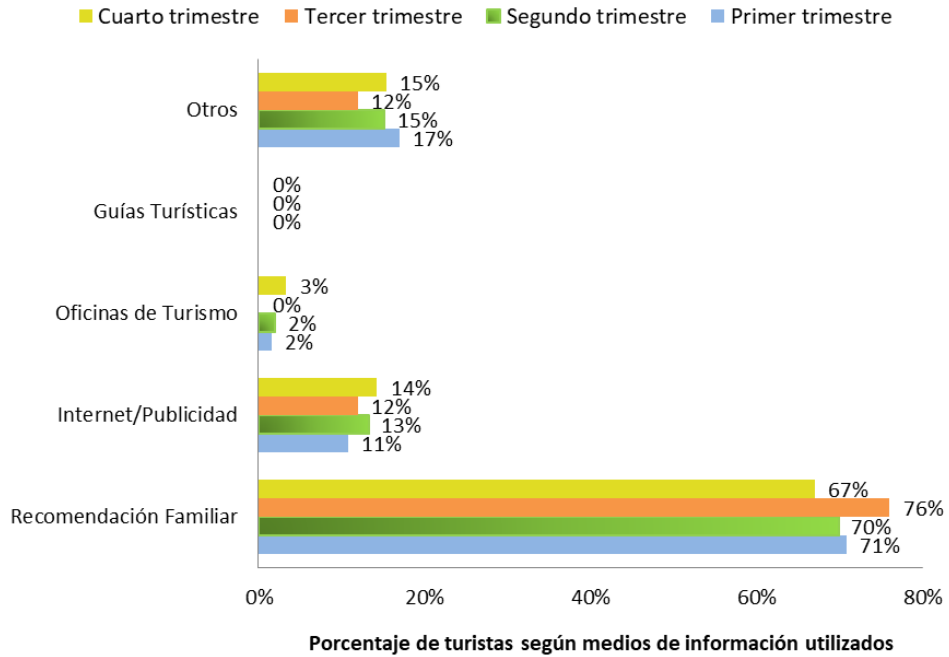
5.2.3 Medios de Información Utilizados por el turista

Al evaluar los medios informativos utilizados para recibir información sobre la ciudad, los resultados revelan que el turista nacional recibe mayor información principalmente a partir de recomendaciones de amigos y familiares que han visitado previamente la ciudad o se han radicado definitivamente (con disminución de 76% al 67% en el cuarto trimestre), y el uso de internet y publicidad (14%), resultados que son similares obtenidos en el periodo anterior. Las oficinas de turismo fueron utilizadas por el 3% de turistas nacionales, mientras que las guías turísticas no fueron utilizadas en ningún periodo del año 2017 (Ver Ilustración 25). Por otro lado, del 15% de turistas nacionales que utilizan otros medios de información, la mayor porción se sigue informando de la ciudad en su lugar de trabajo (ver anexo 2 Ilustración 57).

Con respecto a los medios de internet utilizados (ver Ilustración 26), los hallazgos revelan que los turistas continúan usando principalmente las redes sociales (con un aumento de 24% a 26%). Con menor incidencia acceden a las páginas oficiales de turismo (con una disminución de 17% al 10%) y buscador Google (10%). En la proporción de Otros medios utilizados se encuentra principalmente aquellos que indicaron que no recuerdan que medio utilizaron para informarse sobre la ciudad de Cuenca.

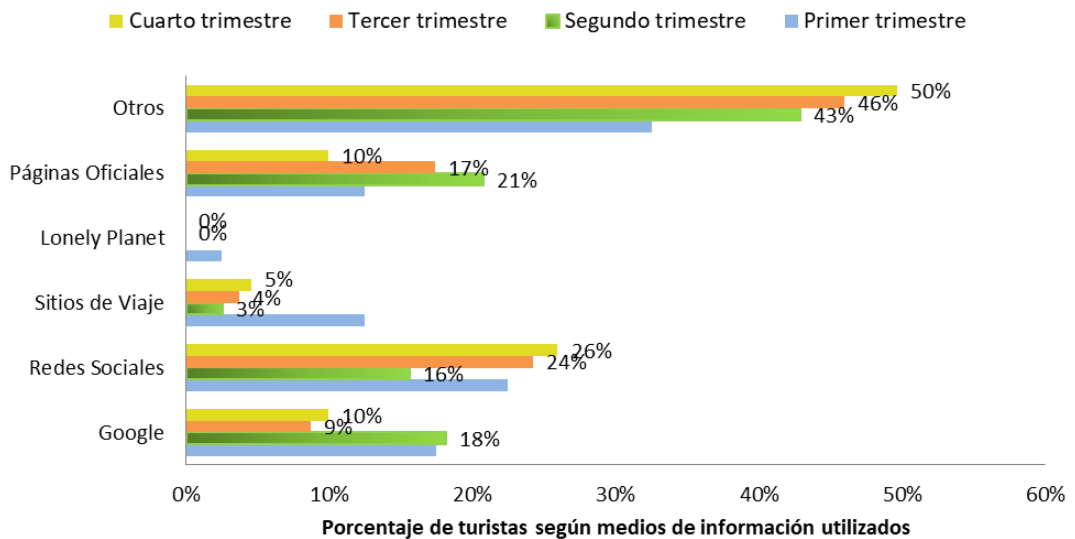
Estos resultados se presentan en las Ilustraciones 25 y 26.

Ilustración 25: Medios de Información utilizados por el turista nacional



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 26: Medios de Internet utilizados por el turista Nacional



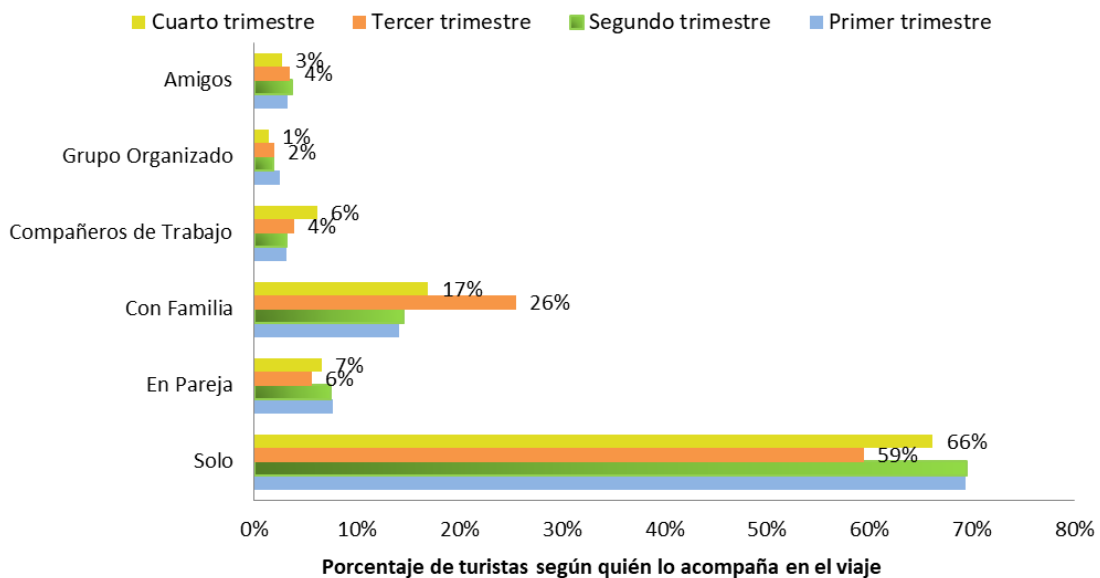
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.3 Organización del Viaje

5.3.1 Con quien viaja el Turista

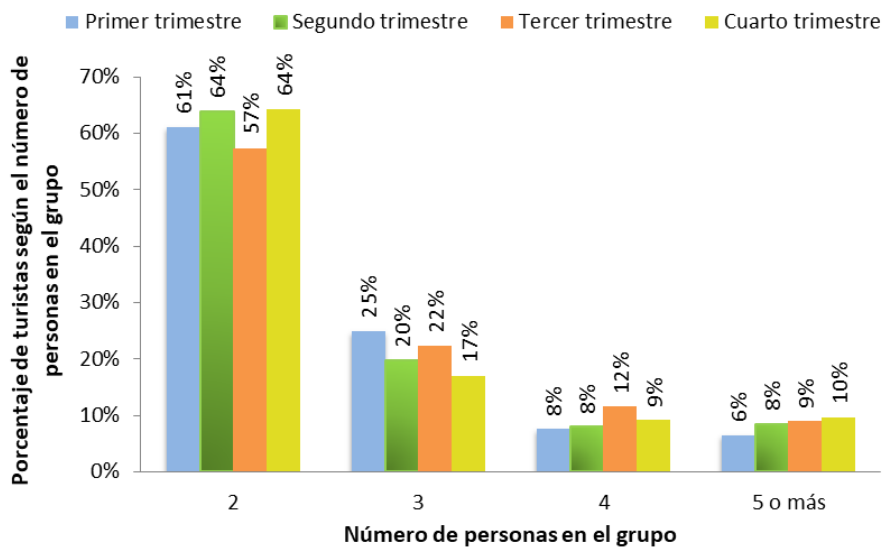
En lo que respecta a aspectos organizativos del viaje, los turistas nacionales en su mayoría arribaron a Cuenca solos, al igual que en periodos anteriores (con incremento del 59% al 66%). En este periodo, los visitantes que viajaron acompañados de sus familias es menor con respecto al trimestre anterior (con un disminución del 26% al 17%). Solamente el 7% de turistas vienen en pareja en esta parte del año.

Ilustración 27: Con quien viaja el Turista Nacional que viene a la ciudad de Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 28: Número de Personas en el Grupo



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Además, en la Ilustración 28 se puede apreciar que del total de turistas que no viajan solos, la predilección de los turistas nacionales fue hacerlo en grupos pequeños de hasta 4 individuos. Grupos organizados de mayor tamaño fueron escasos.

Al cruzar las variables razón principal de la visita con la compañía de viaje se puede inferir que los turistas nacionales que visitan Cuenca por motivos de recreación o vacaciones, arriban a la ciudad solos (38.1%), y en familia (con disminución de 46.5% al 30.5%). Esto a su vez sugiere que los turistas no consideran al destino Cuenca como un lugar ideal para actividades de esparcimiento familiar en esta parte del año como lo podrían ser otros destinos en el Ecuador. Quienes vienen por visita familiar, negocios, congresos, estudios, por salud o compras personales arriban en mayor proporción solos (alrededor de 64.2%, 74.1%, 78.9%, 89.2%, 56% y 63.3% respectivamente según Tabla 9). Quienes viajan por motivos religiosos lo hacen en viaje en familia o solos.

Tabla 9: Motivo Principal vs Compañía de Viaje

		Trimestre	¿CON QUIÉN REALIZÓ EL VIAJE?						Total
			SOLO	GRUPO	FAMILIA	PAREJA	AMIGOS	TRABAJO	
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	4	38.1%	4.2%	30.5%	16.9%	10.2%	0.0%	100.0%
	Visita a familiares o amigos	4	64.2%	0.3%	24.9%	7.8%	2.5%	0.3%	100.0%
	Negocios, actividades	4	74.1%	1.2%	5.7%	2.9%	1.0%	15.1%	100.0%
	Congresos, conferencias	4	78.9%	0.0%	5.3%	5.3%	0.0%	10.5%	100.0%
	Estudios, investigación	4	89.2%	1.5%	3.1%	1.5%	4.6%	0.0%	100.0%
	Tratamiento de salud	4	56.0%	1.1%	30.8%	11.0%	1.1%	0.0%	100.0%
	Motivos religiosos	4	44.4%	0.0%	44.4%	11.1%	0.0%	0.0%	100.0%
	Compras o servicios personales	4	63.3%	10.0%	20.0%	3.3%	3.3%	0.0%	100.0%
	Otros	4	53.3%	3.3%	26.7%	10.0%	6.7%	0.0%	100.0%
Total	4	66.2%	1.4%	17.0%	6.6%	2.7%	6.2%	100.0%	

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.3.2 Forma de Organización del Viaje

Los resultados revelan que la amplia mayoría de los turistas nacionales que arribaron en este cuarto parcial organizan su viaje en forma independiente y por cuenta propia (89%). La incidencia de aquellos visitantes que vinieron en paquete ofertado por una agencia turística sigue siendo alrededor del 11%.

5.4 La estancia del Turista en la Ciudad de Cuenca

5.4.1 Elección del Alojamiento

La Tabla 10, a diferencia del trimestre anterior, revela que de todos los turistas nacionales que vienen por motivos recreativos, la mayoría prefiere alojamiento en establecimiento hotelero tradicional (63%), o a familiares o amigos (35%). A su vez, el tipo de alojamiento establecimiento hotelero fue el preferido para otros turistas con motivos diferentes como congresos o negocios, exceptuando el caso de aquellos que visitan a familiares y amigos, dónde la norma es que se aloje en la casa familiar o que los amigos ofrezcan hospedaje gratuito. En el caso de los turistas que vienen por estudios cortos o investigación continúan prefiriendo alojarse con sus familiares o amigos o en apartamentos, al igual que aquellos que vienen por motivos de salud o religiosos. En el caso de los visitantes que arriban por motivos de compras o servicios personales se aprecia una probabilidad de un 40% de que escoja quedarse con un familiar o alojarse en establecimiento hotelero. En este trimestre en la muestra si hay turistas que arriban por motivos religiosos.

Tabla 10: Motivo Principal vs Tipo de Alojamiento

	Trimestre	¿QUÉ TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZÓ EN SU ESTANCIA?						TOTAL	
		ALOJAMIENTO HOTELERO	APARTAMENTO	FAMILIA, AMIGOS	CASA AIR BNB	NO PERNOCTÓ EN LA CIUDAD	OTROS		
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	4	63%	1%	35%	1%	0%	1%	100%
	Visita a familiares o amigos	4	10%	5%	84%	1%	0%	1%	100%
	Negocios, actividades	4	69%	5%	23%	0%	0%	3%	100%
	Congresos, conferencias	4	63%	5%	26%	0%	0%	5%	100%
	Estudios, investigación	4	17%	42%	41%	0%	0%	0%	100%
	Tratamiento de salud	4	21%	3%	76%	0%	0%	0%	100%
	Motivos religiosos	4	22%	11%	56%	0%	0%	11%	100%
	Compras o servicios personales	4	40%	3%	40%	0%	0%	17%	100%
	Otros	4	60%	0%	27%	0%	0%	13%	100%
Total	4	42%	6%	49%	0%	0%	3%	100%	

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

5.4.2 Duración de La Estancia

Con respecto a la duración de la estancia, ésta va ligada necesariamente a la actividad que el turista viene a realizar. No es posible en ese sentido comparar la permanencia de un turista que

llega por motivos de salud que uno que viene por motivos puramente recreacionales. En ese sentido, los resultados revelan, al igual que con los turistas extranjeros, un sesgo estadístico positivo con una concentración de datos mayor alrededor de la moda de días, no tanto de la media⁵.

Bajo estas condiciones, es recomendable realizar una disgregación por motivo de viaje para determinar con certeza el tiempo de estadía de acuerdo al motivo principal de viaje. La Ilustración 11 revela que el turista recreativo tiende a permanecer alrededor de 3 días en la ciudad al igual que aquellos que vienen por visita a familiares o amigos, resultados semejantes a los encontrados en trimestres anteriores. El turista que viene negocios, tratamiento de salud continúa realizando visitas cortas de 2 días. Los que vienen con el fin de dictar conferencias o congresos, por motivos religiosos también presentan estancias cortas de 2 días. Aquellos turistas que arriban a la ciudad por realizar compras o por servicios personales realizan estancias de 3 días, y por estudios o investigación suelen realizar una estancia de 5 días. Los resultados muestran que no hay variación significativa de los días de estancia entre el primer, segundo, tercer y cuarto trimestre, lo que muestra la consistencia de los resultados del estudio.

Tabla 11: Motivo Principal vs Días de Estancia del Turista Nacional

		DURACIÓN DE LA ESTANCIA (Para visitantes de hasta 30 días) (Mediana)			
		Primer trimestre	Segundo trimestre	Tercer trimestre	Cuarto trimestre
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	3.0	3.0	3.0	3.0
	Visita a familiares o amigos	3.0	3.0	3.0	3.0
	Negocios, actividades	2.0	2.0	2.0	2.0
	Congresos, conferencias	2.0	3.0	3.5	2.0
	Estudios, investigación	3.0	3.0	4.0	5.0
	Tratamiento de salud	2.0	2.0	2.0	2.0
	Motivos religiosos	2.0	n/d	4.0	2.0
	Compras o servicios personales	2.0	2.0	2.0	2.5
	Otros	2.0	2.0	2.0	3.0

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Con respecto a los días de alojamiento, según el tipo de alojamiento utilizado (Tabla 12), se puede apreciar que los días de estadía continúa siendo 2 cuando un turista nacional se alojó en un establecimiento hotelero, de 3 días cuando se aloja con la familia y amigos y de 6 cuando se aloja en apartamento. Un caso especial resulta cuando el caso de que un turista nacional prefiere reservar una habitación o casa particular por medio de la web (casa air) cuya duración de estadía cambia de 5 a 7 días en el cuarto trimestre. En cuanto a los que prefirieron no pernoctar en la

⁵ Es importante acotar que, debido a la existencia de datos anómalos, muchas veces la media no es la que mejor refleja la realidad del comportamiento de una variable, en el caso de un sesgo positivo pronunciado, es recomendable basar el reporte en la mediana o la moda.

ciudad se quedaron 2 días. Un caso especial lo constituyen quienes se hospedan en otro tipo de alojamiento con estadía de 5 días, dichos visitantes son aquellos que mencionan alojarse en sus lugares de trabajo, en la federación deportiva, en el cuartel, en sus residencias propias, entre otros.

Tabla 12: Tipo de Alojamiento vs Días de Alojamiento

		DURACIÓN DE LA ESTANCIA (Para visitantes de hasta 30 días) (Mediana)			
		Primer trimestre	Segundo trimestre	Tercer trimestre	Cuarto trimestre
Tipo de Alojamiento Utilizado	ALOJAMIENTO HOTELERO	2.0	2.0	2.0	2.0
	APARTAMENTO	6.5	5.0	5.0	6.0
	FAMILIA, AMIGOS	3.0	3.0	3.0	3.0
	CASA AIR BNB	4.0	3.0	5.0	7.0
	NO PERNOCTÓ EN LA CIUDAD	0.0	1.0	3.0	2.0
	OTROS	3.0	1.0	5.5	5.0

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

5.4.3 El costo de la Estancia y los servicios recibidos.

Como se indicó con anterioridad el costo de la estancia se encuentra determinado por diversos factores, entre lo que se encuentran: el modo de organización del viaje (por agencia o por cuenta propia) y el motivo del viaje.

Con respecto a los turistas que vienen por cuenta propia, el gasto promedio está en relación directa con el motivo de visita y por ende con la duración de la estadía. Entre los grupos que más gastan durante la estancia, a diferencia de parciales anteriores, se encuentran aquellas personas que vienen por negocios, por motivos religiosos o congresos y conferencias. Caso especial son aquellos que vienen a visitar familia y amigos, por estudios o tratamiento de salud, en estos grupos se puede apreciar que los anfitriones no cubren otros rubros como alimentación y otros.

Los hallazgos revelan, a diferencia del tercer trimestre, que las personas que vinieron por motivos recreacionales o negocios, a pesar de presentar estancias relativamente cortas (3 días) prefirieron establecimientos hoteleros de mayor jerarquía, lo que impulsó su gasto en hospedaje y otros medios de transporte con mayor costo. Especial atención, es el caso de turistas que arriban por motivos recreacionales, pues el gasto promedio realizado por un visitante de este grupo es mayor en este cuarto parcial en comparación con el trimestre anterior, que se debe a mayores gastos en cada rubro, especialmente en los gastos por diversión, resultados congruentes con el tipo de alojamiento que en este parcial prefiere este grupo de turistas y con la época navideña.

Tabla 13: Motivo Principal vs Gasto Turístico

(Para aquellos turistas nacionales que organizaron su viaje por Cuenta Propia)

Turista Nacional		Trimestre	GASTO POR PERSONA DURANTE LA ESTANCIA (en base al resultado de la mediana del Tabla 11)					TOTAL	
			Alojamiento	Alimentación	Transporte	Servicios Culturales	Diversiones		
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad	Recreación, esparcimiento vacaciones	3	\$14.19	\$25.43	\$41.39	\$1.84	\$6.89	\$89.75	
		4	\$35.47	\$42.97	\$56.67	\$1.75	\$25.15	\$162.00	
	Visita a familiares o amigos	3	\$2.13	\$14.90	\$36.18	\$3.23	\$2.57	\$59.00	
		4	\$4.88	\$24.10	\$44.48	\$0.61	\$3.44	\$77.50	
	Negocios, actividades profesionales	3	\$40.42	\$38.08	\$64.40	\$0.13	\$2.47	\$145.50	
		4	\$38.22	\$37.53	\$65.65	\$0.63	\$1.97	\$144.00	
	Congresos, Conferencias	3	\$31.24	\$26.92	\$30.58	\$0.00	\$1.27	\$90.00	
		4	\$23.49	\$17.93	\$38.17	\$0.20	\$0.20	\$80.00	
	Estudios, Investigación	3	\$15.86	\$21.89	\$18.56	\$0.38	\$3.32	\$60.00	
		4	\$44.99	\$55.84	\$35.23	\$0.29	\$3.65	\$140.00	
	Tratamiento de salud	3	\$10.13	\$12.22	\$14.23	\$0.00	\$0.17	\$36.75	
		4	\$5.94	\$15.95	\$17.24	\$0.14	\$0.73	\$40.00	
	Motivos Religiosos	3	\$2.21	\$24.86	\$69.61	\$0.00	\$3.31	\$100.00	
		4	\$8.61	\$36.79	\$33.34	\$0.00	\$6.26	\$85.00	
	Compras o Servicios Profesionales	3	\$18.17	\$14.18	\$20.53	\$1.05	\$1.58	\$55.50	
		4	\$25.20	\$29.71	\$9.61	\$0.00	\$1.49	\$66.00	
	Otros	3	\$18.64	\$16.36	\$26.42	\$0.00	\$3.58	\$65.00	
		4	\$37.93	\$49.83	\$62.43	\$2.53	\$2.28	\$155.00	
	PROMEDIO GLOBAL		3	\$17.15	\$23.45	\$41.49	\$1.55	\$2.99	\$86.64
			4	\$23.20	\$32.24	\$49.64	\$0.70	\$4.89	\$110.68

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Se puede apreciar que las personas que vienen por temas de salud gastan muy poco en actividades culturales o lúdicas, a diferencia del grupo que viene por motivos religiosos, pues tienden a utilizar los espacios culturales de la ciudad o dedicarse a actividades de diversión.

Tabla 14: Gasto Diario por Persona del Turista Nacional

		Primer trimestre	Segundo trimestre	Tercer trimestre	Cuarto trimestre
Cuál es la razón principal de su visita a la ciudad de Cuenca.	Recreación, esparcimiento vacaciones	\$34.75	\$39.50	\$29.92	\$54.00
	Visita a familiares o amigos	\$18.33	\$16.67	\$19.67	\$25.83
	Negocios, actividades profesionales	\$70.00	\$48.25	\$72.75	\$48.00
	Congresos, conferencias	\$24.75	\$28.33	\$25.71	\$40.00
	Estudios, investigación	\$25.00	\$16.67	\$15.00	\$28.00
	Tratamiento de salud	\$20.00	\$17.50	\$18.38	\$20.00
	Motivos religiosos	\$35.00	\$0.00	\$25.00	\$42.50
	Compras o servicios personales	\$19.00	\$30.00	\$27.75	\$26.40
	Otros	\$45.00	\$22.50	\$21.67	\$51.67
	GLOBAL	\$36.10	\$29.61	\$36.02	\$37.06

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

El gasto diario promedio por persona de turistas nacionales en el cuarto trimestre del año 2017 es de \$37.06 (gasto levemente mayor en comparación con el realizado por el turista que visitó la ciudad en el parcial anterior). En concordancia con resultados anteriores, aquel turista nacional que viene por motivos recreacionales gasta \$54 en promedio diario por persona, y \$48 diario por persona quienes vienen con el fin de realizar actividades de negocios. En general el gasto diario por persona en el periodo octubre-diciembre es mayor para todos los turistas a excepción de aquellos que vienen por negocios, lo que puede estar asociado con la época navideña (Ver Tabla 14)

5.5 Percepción del Turista Nacional sobre el destino Cuenca

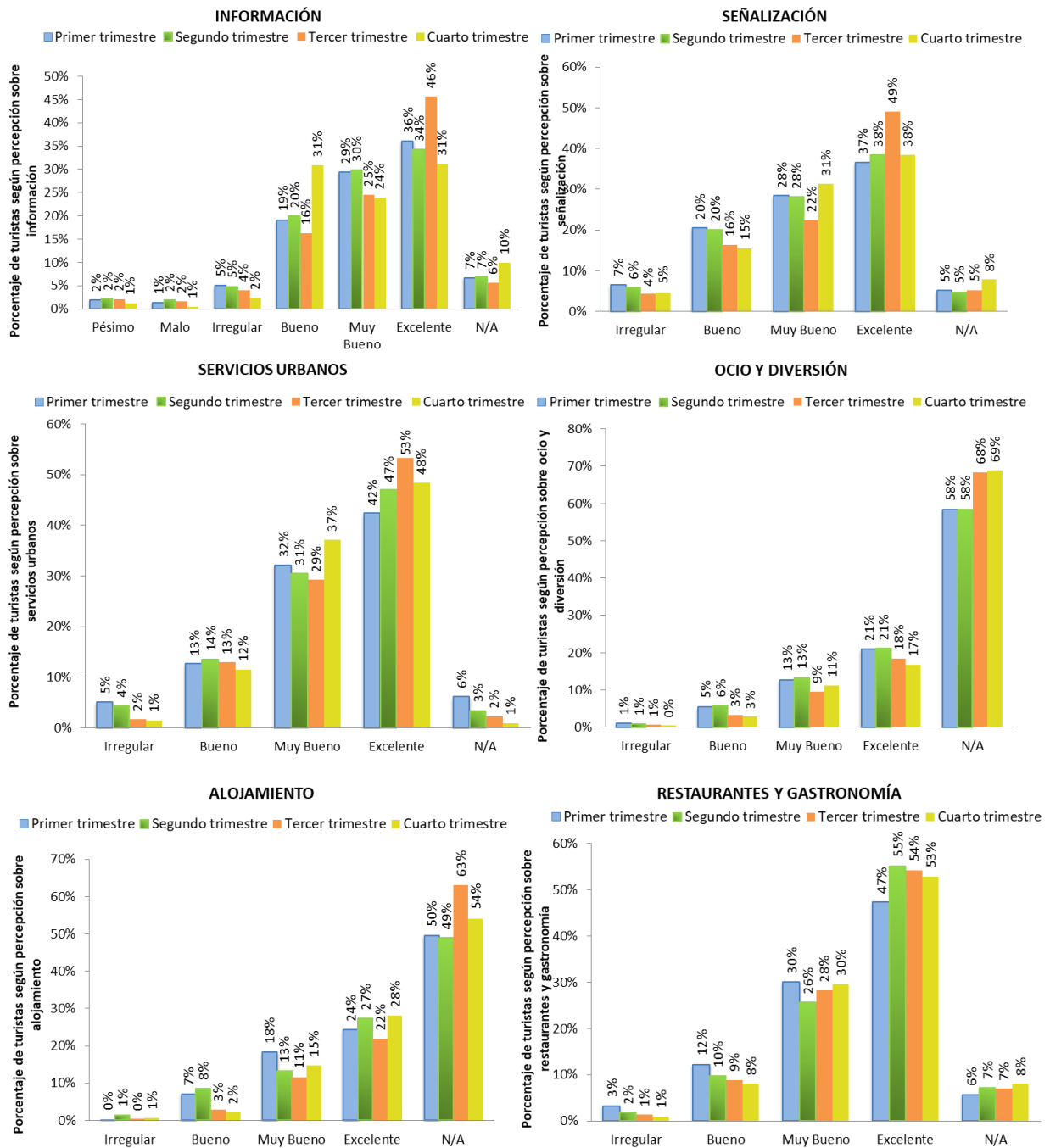
5.5.1 Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos

En este tercer trimestre, los resultados revelan que los turistas nacionales no muestran mayores objeciones sobre los precios de alimentación y transporte, independientemente del tipo de turista y del tipo de hospedaje elegido. Esto consolida al destino Cuenca como una locación asequible y con un alto beneficio por dólar pagado.

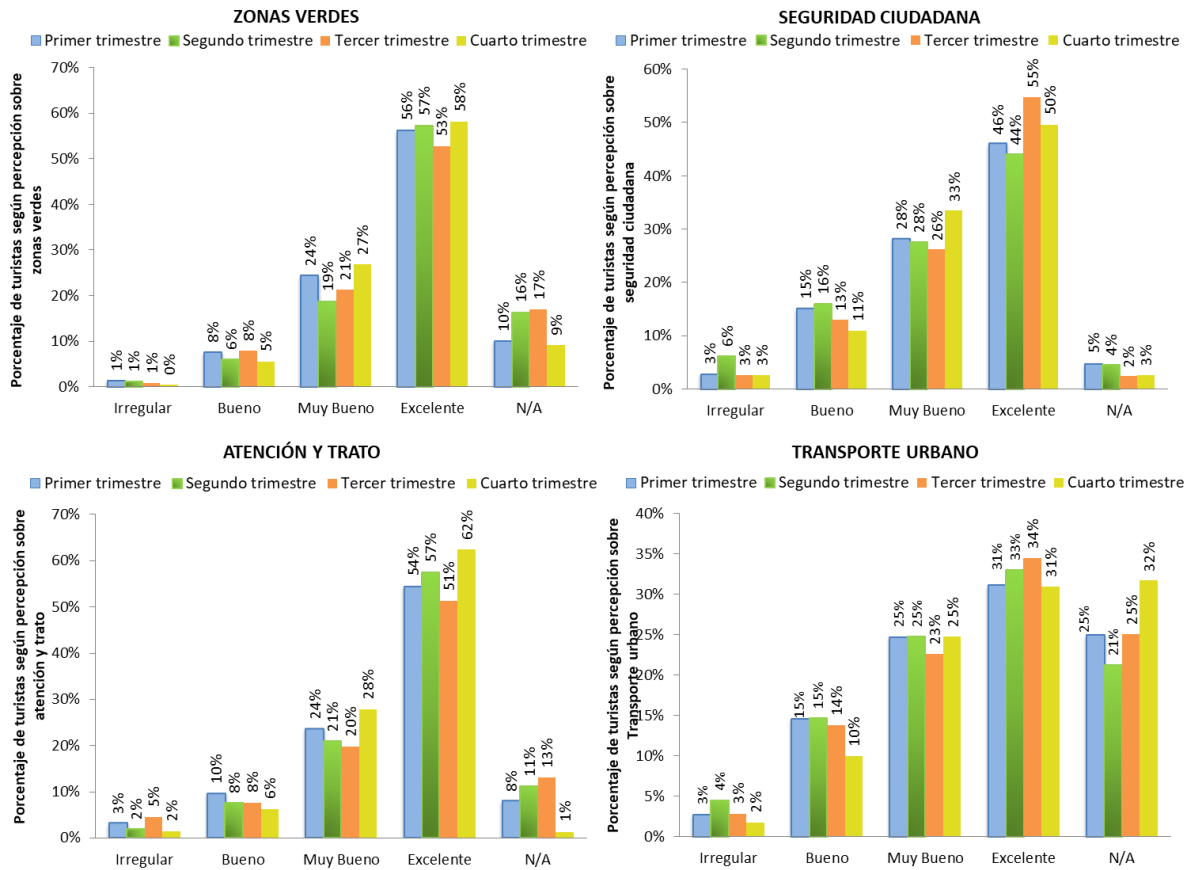
5.5.2 Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad

Los resultados del presente estudio demuestran que en general el turista nacional que visita la ciudad califica a los servicios de señalización e información generalmente de muy buenos a excelentes (con deterioro de percepción de excelente a muy bueno o bueno). Estos resultados se repiten para la mayoría de servicios generales que ofrece la ciudad, lo que se puede apreciar en la Ilustración panorámica 29.

Ilustración 29: Percepción sobre los servicios generales de la ciudad de Cuenca por parte del turista Nacional



En los servicios de señalización, servicios urbanos y de restaurantes y gastronomía la calificación que prima es excelente y muy bueno, sin embargo también hay una alta incidencia de turistas que califican solamente como buena a este tipo de servicios que ofrece la ciudad. Aunque estos resultados son consistentes en el tiempo, la tendencia para el último periodo es observar que hay un desplazamiento de excelente a muy bueno o bueno en algunos rubros, lo cual denota un deterioro perceptivo. Aquellos rubros dónde esto es más notorio fueron Servicios de información, señalización y servicios urbanos.



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

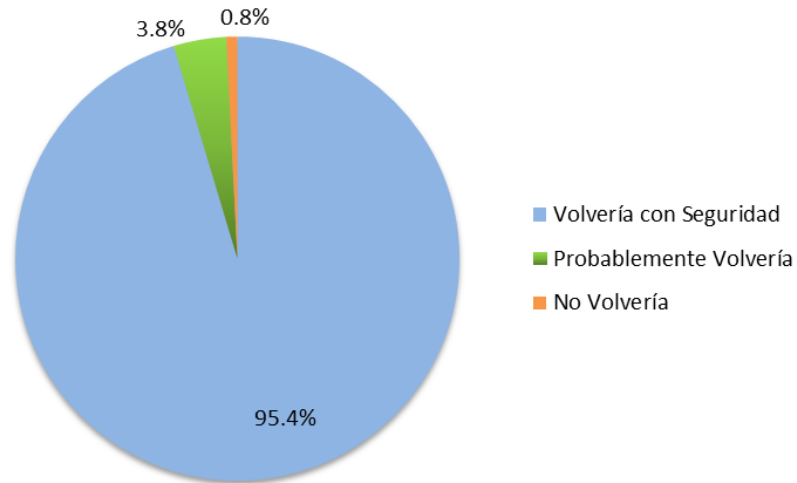
Finalmente, existe una percepción de alta seguridad en la ciudad y con una calidad excelente de sus zonas verdes y otros atractivos. También existe una percepción de muy bueno o excelente atención y trato de los cuencanos. Si bien, el servicio de transporte urbano es calificado como muy bueno o excelente, hay una incidencia media de turistas que califican solamente como buena a este tipo de servicio. Estos resultados se muestran consistentes entre periodos, no obstante se observa una relativa mejora en la percepción por las zonas verdes de la ciudad, y en atención y trato de los cuencanos.

5.5.3 Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino

La posibilidad de retorno y la posibilidad de recomendación son factores claves para el turismo, puesto que una alta probabilidad de ambos significa una mayor demanda de turistas en el futuro.

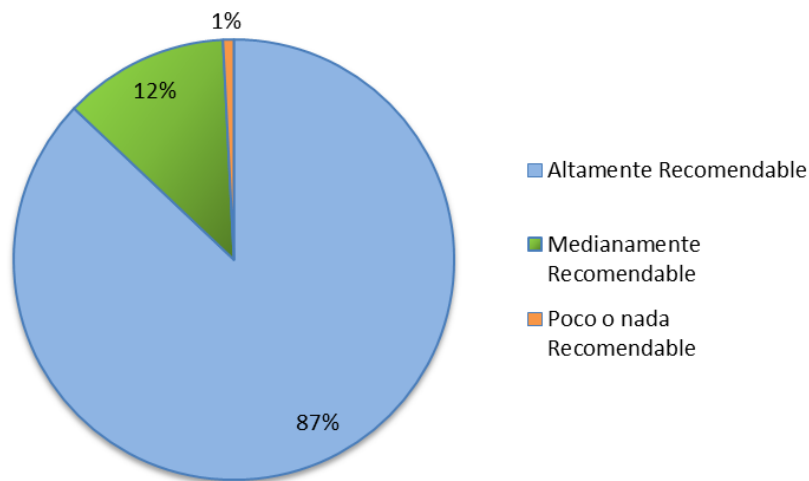
Como se aprecia en las Ilustraciones 30 y 31, cerca del 95.4% de los turistas nacionales volverían con seguridad a visitar el destino Cuenca, alrededor del 3.8% probablemente regresaría; en este parcial los turistas que indican que probablemente o con seguridad no volvería son solamente de 0.8%. De igual manera, y en concordancia con lo anterior, el 87% considera que la ciudad es altamente recomendable como destino, un 12% la calificó como medianamente recomendable. Si estos resultados se lo compara con los obtenidos en el parcial anterior se observa fuertes mejoras en la percepción de recomedabilidad de la ciudad como destino, así, quienes consideran que la ciudad es altamente recomendable aumenta de 72% a 87%. Los turistas que consideran a la ciudad como poco o nada recomendable son alrededor de 1%.

Ilustración 30: Disponibilidad a retornar del Turista Extranjero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 31: Recomendabilidad del Destino Cuenca



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

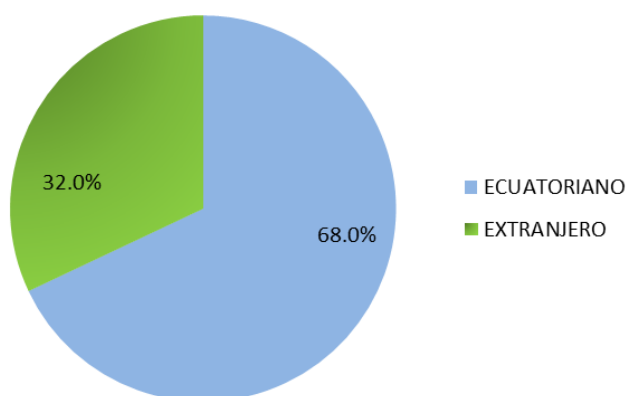
6. El turista que usa Establecimientos Hoteleros

Como no todos los turistas necesariamente pueden ser relevados en los terminales, es importante contar con mecanismos que permitan aproximar el perfil y el comportamiento de aquellos que vienen directamente también por medios propios. Así se ha considerado pertinente y a la par con las encuestas en terminales, realizar un estudio directamente en los establecimientos hoteleros, cuyos resultados en el trimestre octubre – diciembre 2017 se ponen a consideración a continuación.

6.1 Edad, Género y Procedencia

Como se puede apreciar, el 68% de los entrevistados en establecimiento hotelero son turistas nacionales contra un 32% de extranjeros, se observa claramente una menor proporción de turistas extranjeros encuestados en comparación con el trimestre anterior.

Ilustración 32: Procedencia del Turista en el Hotel

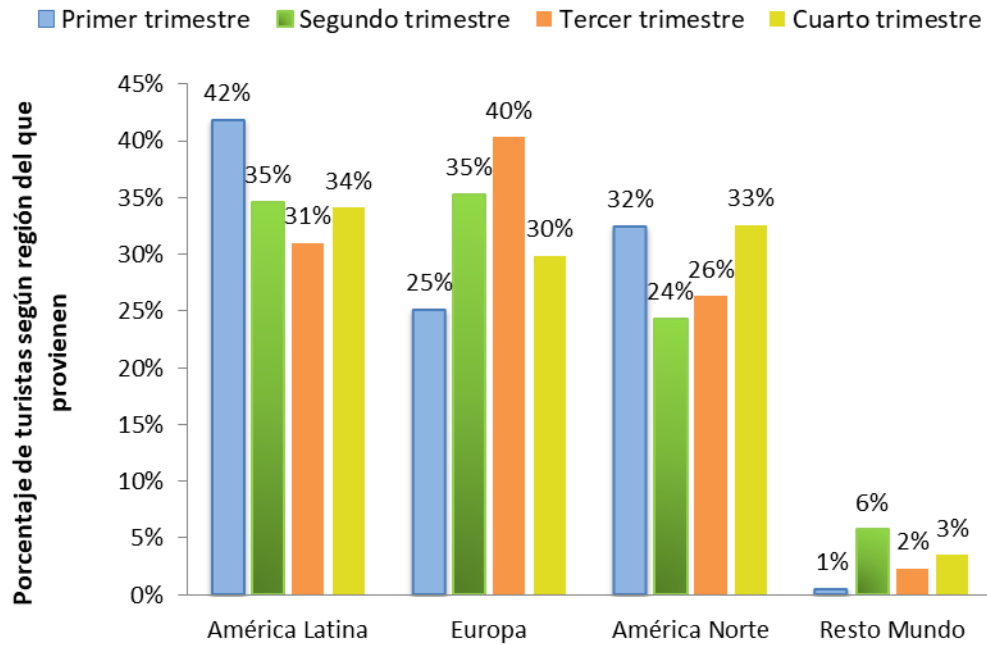


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En concordancia con los resultados obtenidos en los terminales, a diferencia del parcial anterior en este trimestre la mayoría de turistas internacionales provienen de América Latina y Caribe (34%) y América del Norte⁶ (33%). Mientras que los turistas provenientes de países europeos son menores con respecto al tercer trimestre (disminución de 40% a 30%). El número de visitantes de otras partes del mundo aun es bajo (3%).

⁶ Para el presente informe, los países que conforman América del Norte son Canadá y Estados Unidos.

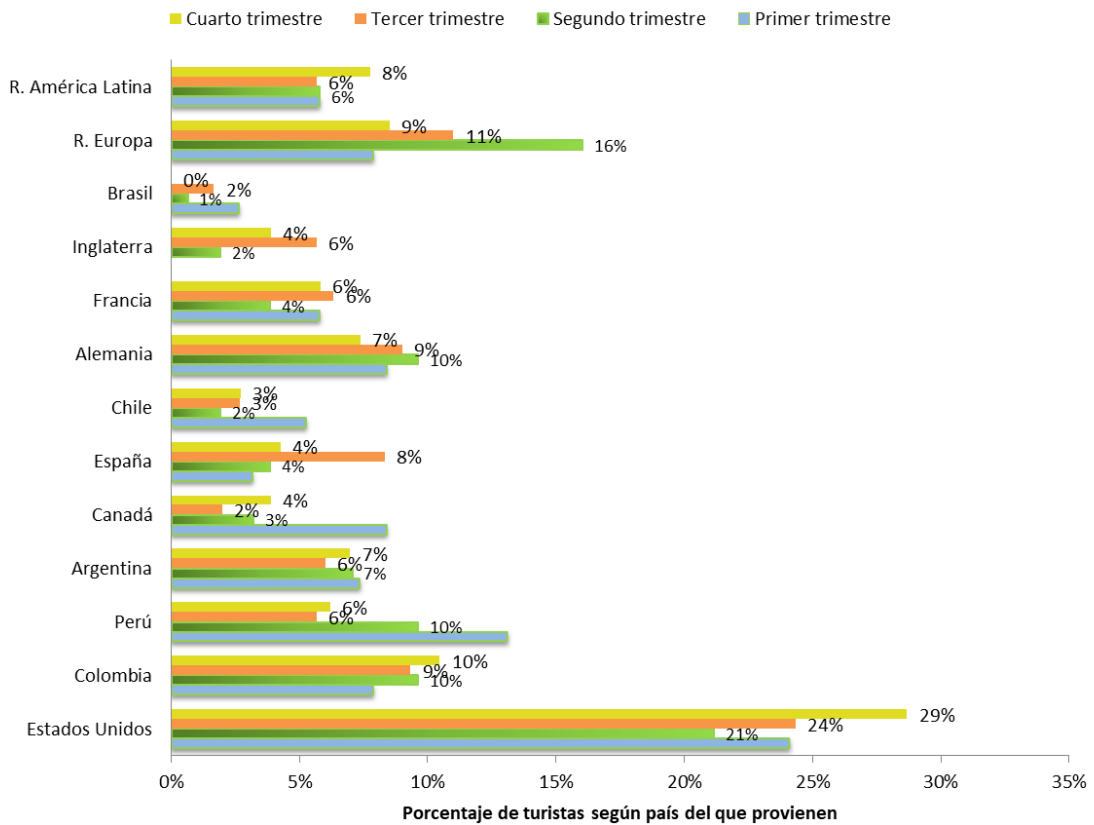
Ilustración 33: Procedencia del Turista extranjero en el Hotel por regiones



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

De aquellos turistas internacionales, se evidencia un aumento de turistas provenientes de Estados Unidos (de 24% a 29%), y un leve aumento turistas provenientes de Colombia (10%) y Canadá (4%). A la par se observa una disminución de turistas provenientes de España (de 8% a 4%), Alemania (de 9% a 7%) e Inglaterra (de 6% a 4%). Del restante de Europa, incluidos países no comunitarios, quienes representan el 9% en este parcial, se encuentra conformado mayormente de visitantes de Bélgica, Holanda, Italia, Austria y Suiza. El incremento de turistas del resto de países latinoamericanos (de 6% a 8%) se debe a la mayor incidencia de turistas venezolanos.

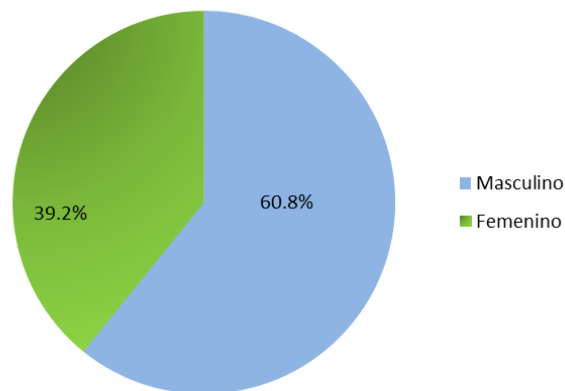
Ilustración 34: Procedencia del Turista Extranjero en el hotel por país del que proviene



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que respecta al género, al igual que en el periodo anterior, existe predominancia clara de 60.8% de encuestados varones versus un 39.2% de mujeres (ilustración 35).

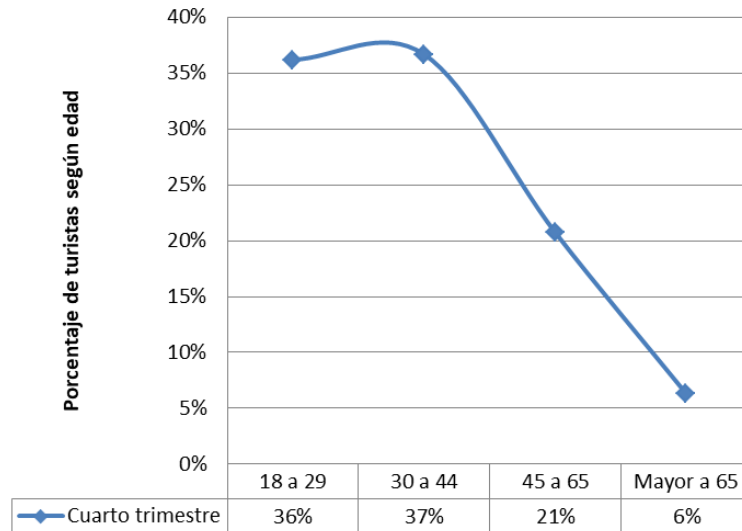
Ilustración 35: Composición de la muestra en Establecimiento Hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo concerniente a la edad, la Ilustración 36 muestra que la mayor proporción de turistas entrevistados en establecimientos hoteleros sigue siendo aquellos que tienen entre 30 a 44 años de edad (37%), una proporción no menos importante tienen entre 18 a 29 años (con incremento de 24% a 36%), alrededor del 21% entre 45 a 65 años, y un 6% tienen más de 65 años.

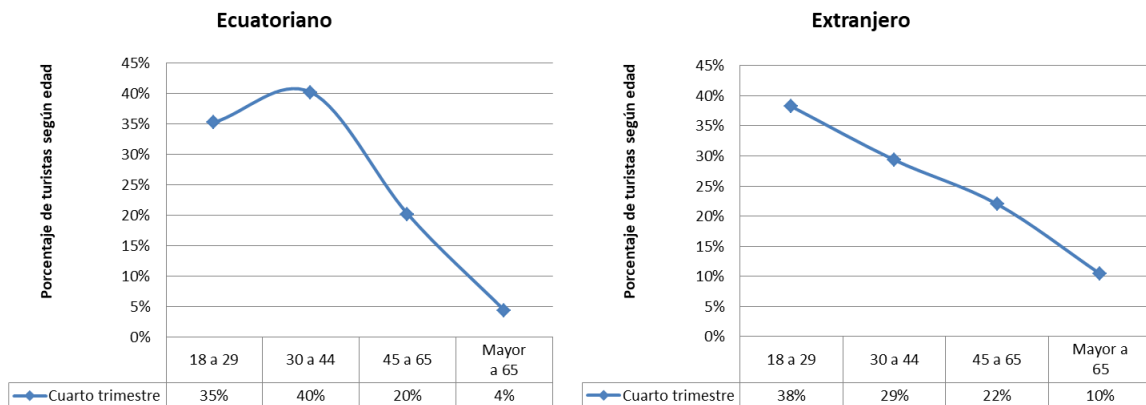
Ilustración 36: Edad del turista en el hotel



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Si se observa por separado la edad del turista nacional y extranjero (Ilustración 37), los resultados muestran que los turistas Nacionales en establecimientos hoteleros, se encuentran entre 30 a 44 años (40%), mientras que los turistas extranjeros una mayor proporción se encuentra entre 18 a 29 años. Otra distinción importante, es que hay más turistas extranjeros que son adultos mayores (10%) en comparación con turistas nacionales (4%).

Ilustración 37: Edad del turista según procedencia en establecimiento hotelero

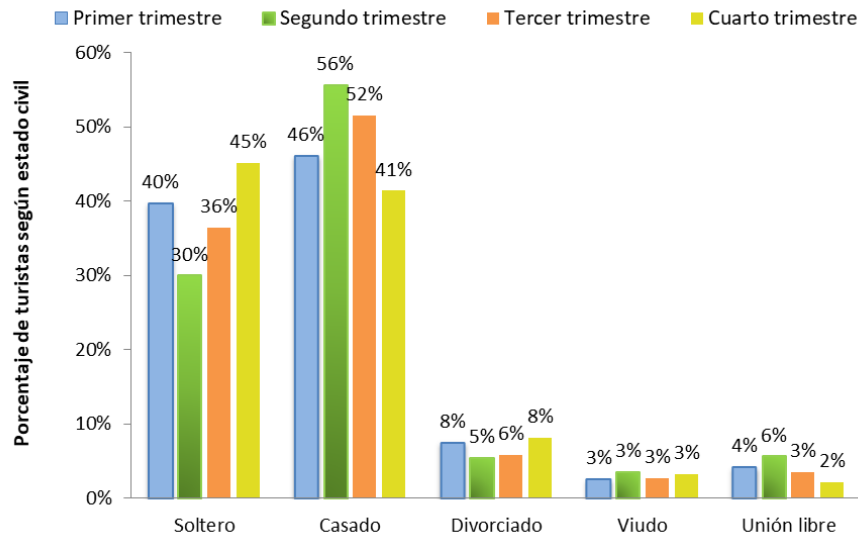


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.2 Estado Civil y Ocupación de Turista

Con respecto al estado civil, a diferencia de trimestres anteriores, en esta última parte del año existe predominancia de turistas solteros (con incremento de 36% al 45%), y de casados (con disminución de 52% al 41%). Otras formas de asociación son minoritarias y con poca incidencia en comparación.

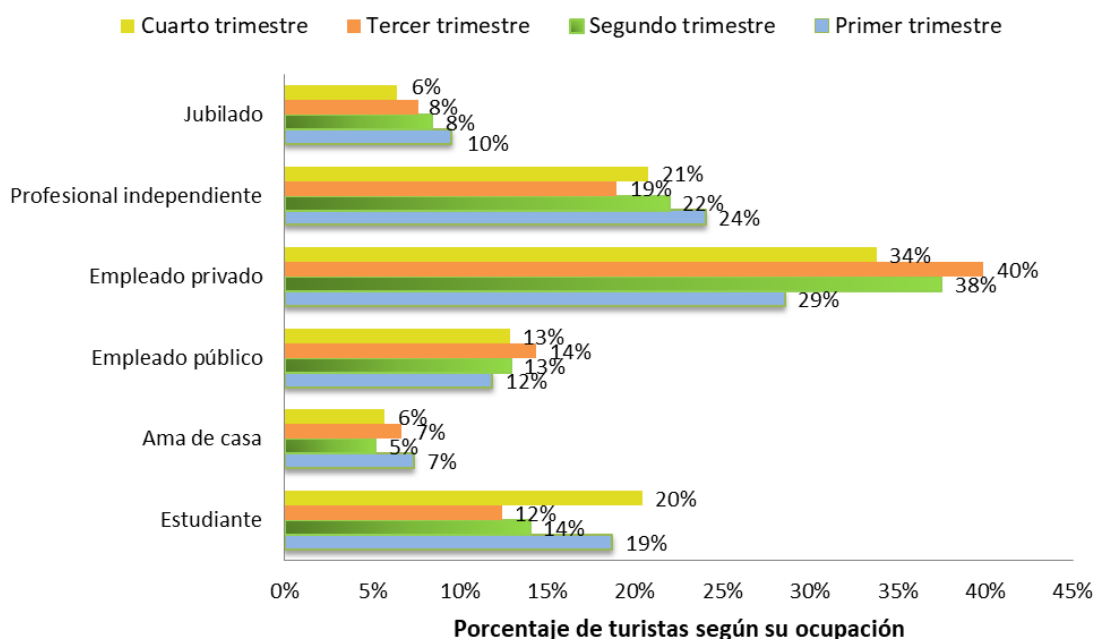
Ilustración 38: Estado Civil del Turista en Establecimiento Hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Como se aprecia en la Ilustración 39, en este parcial aún hay mayor incidencia de los turistas en hoteles que son empleados privados (con disminución de 40% a 34%). La incidencia de empleados públicos es alrededor del 13%, mientras que los estudiantes presentan un repunte al 20% del total. Del total de entrevistados el 21% revelaron trabajar como profesionales independientes. La incidencia de jubilados y amas de casa es de 6% en cada caso.

Ilustración 39: Ocupación del Turista en establecimiento hotelero

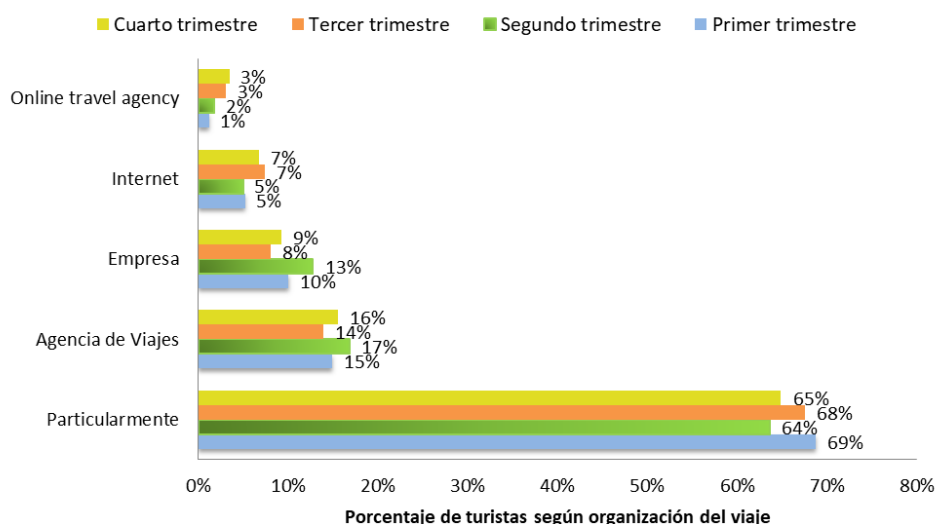


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.3 Organización del Viaje y Motivación

La forma de organización de viaje que sigue predominando en el periodo es de forma independiente (65%). Alrededor de un 16% y 9% lo hace a través de una agencia de viajes o a través de su empresa respectivamente. Quienes utilizan internet para organizar su viaje son el 7% del total entrevistado, y tan solo un 3% lo hacen a través de agencias de viaje online (Ver Ilustración 40)

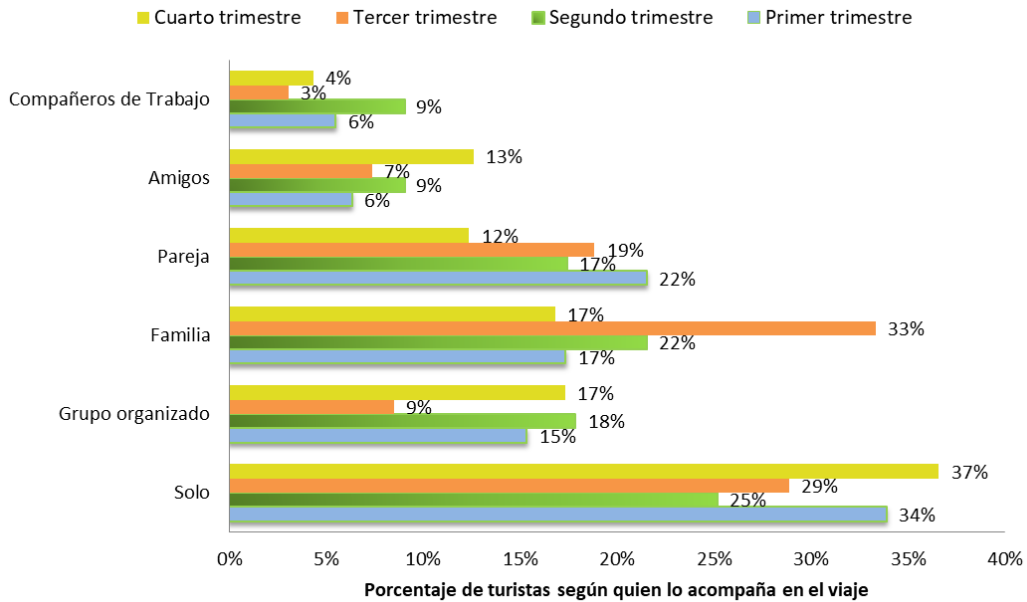
Ilustración 40: Forma de Organización del Viaje en establecimiento hotelero



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Por otra parte, en este periodo los turistas que viajaron a Cuenca lo hicieron solos (con repunte de 29% al 37%), en familia (con disminución de 33% al 17%), o en pareja (con disminución de 19% al 12%). Especial atención resultan aquellos que vinieron en grupos organizados, con amigos o compañeros de trabajo, pues presentan mayor incidencia en este parcial en comparación con el tercer trimestre (17%, 13% y 4% respectivamente) (Ver ilustración 41).

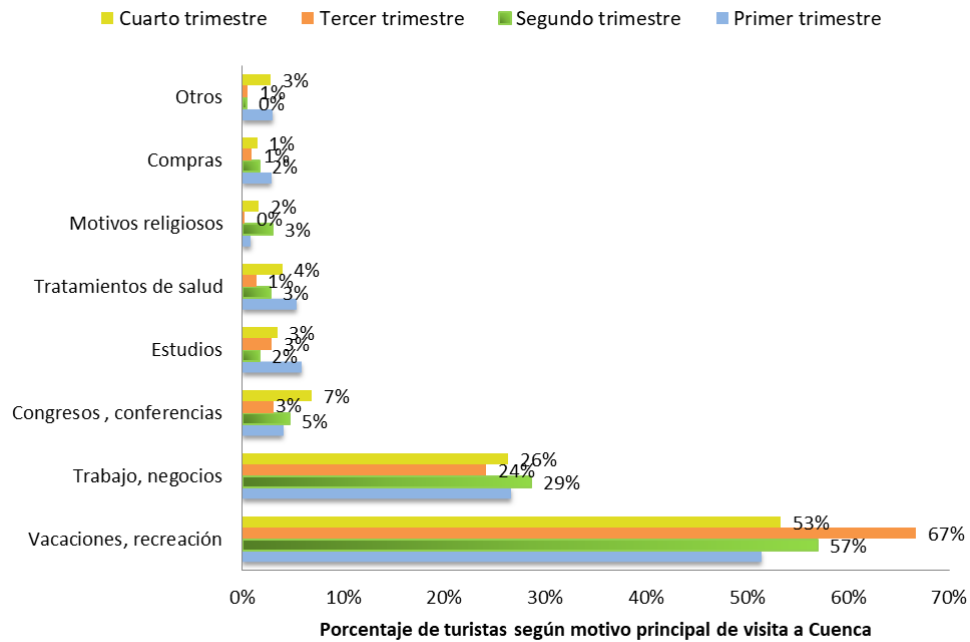
Ilustración 41: Turista en establecimientos hoteleros según persona que lo acompaña



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Al igual que en trimestres anteriores, en este último trimestre, la mayor parte de turistas en establecimiento hotelero viene por motivos fundamentalmente recreativos (con disminución del 67% al 53%), aunque hay un 26% que viene por motivos de negocios o comercio. La incidencia de otras motivaciones de visita es menor al 7% cada una. Esto es congruente con el resultado obtenido en los terminales terrestres y aéreos. Adicionalmente, el 63% de los entrevistados han venido con anterioridad a la ciudad.

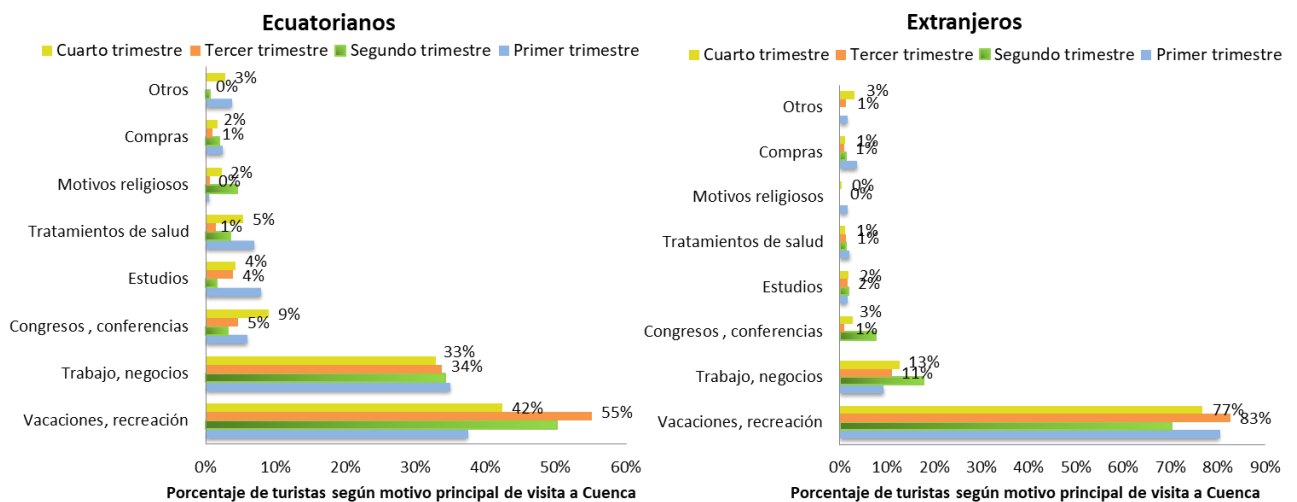
Ilustración 42: Principal Motivo de Viaje del turista en establecimientos hoteleros



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En la ilustración 43 se evidencia que, de aquellos turistas internacionales entrevistados en hoteles la mayoría sigue viniendo por motivos de vacaciones y recreación (77%) pero con menor incidencia que el parcial anterior. En cuanto el turista Ecuatoriano, presenta también una reducción de quienes arribaron a la ciudad por motivos recreacionales (pasando de 55% al 42%), no obstante, no menos importante resulta el 33% que vienen por trabajo y negocios.

Ilustración 43: Principal Motivo de Viaje por procedencia del turista

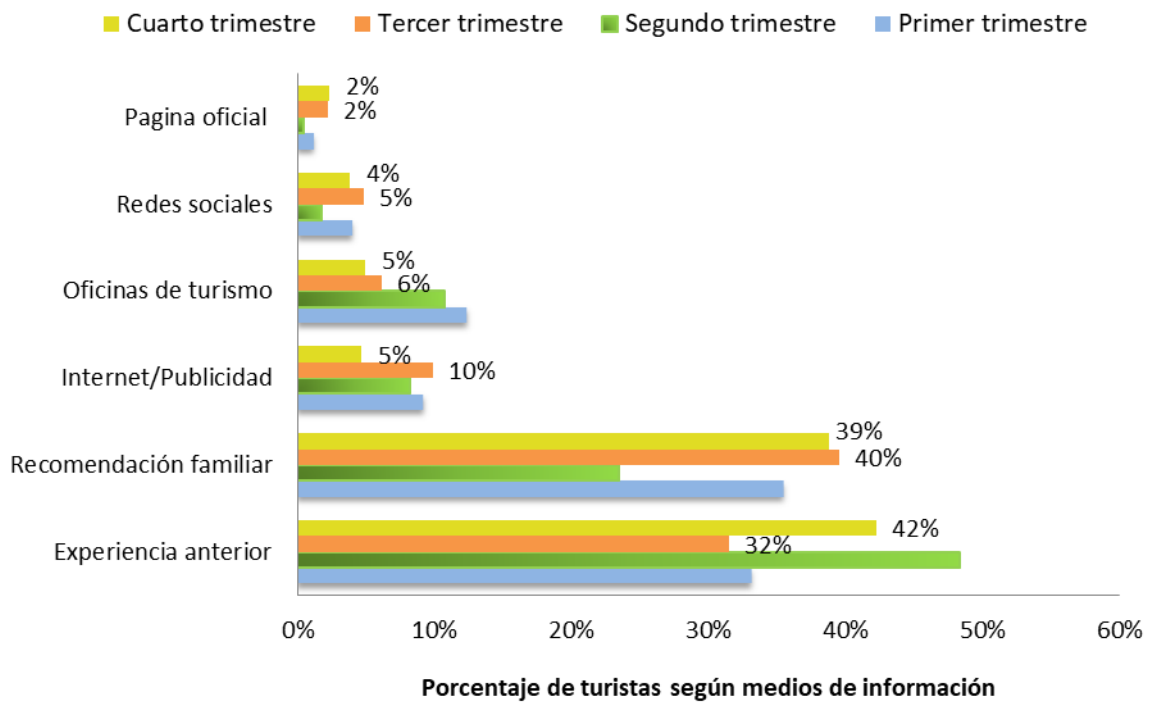


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.4 Medios de Información Utilizados

En correspondencia con el resultado anterior, en este periodo a diferencia del periodo anterior, hay mayor incidencia de turistas en hoteles que basan su conocimiento de la ciudad en experiencias anteriores (con repunte del 32% al 42%); no menos importante resulta los turistas que basaron su información sobre la ciudad en recomendaciones por parte de familiares y amigos (39%). A su vez, el 5% se informa por medio de oficinas de turismo oficiales, un 5% lo hace a través de internet o publicidad y un 4% utiliza las redes sociales para informarse sobre la ciudad de Cuenca. Otras fuentes de información tienen una incidencia menor al 2%. (Ver Ilustración 44). Adicionalmente, si se analiza los medios de información utilizados por el turista nacional y extranjero, se evidencia que el 56% de turistas nacionales basa su conocimiento de la ciudad en experiencias previas, a diferencia del turista extranjero en el que el 54% recibe recomendaciones e información por medio de amigos y familiares, y el resto de turistas utilizan diferentes medios de información.

Ilustración 44: Principales Medios de Información del Turista en Hoteles

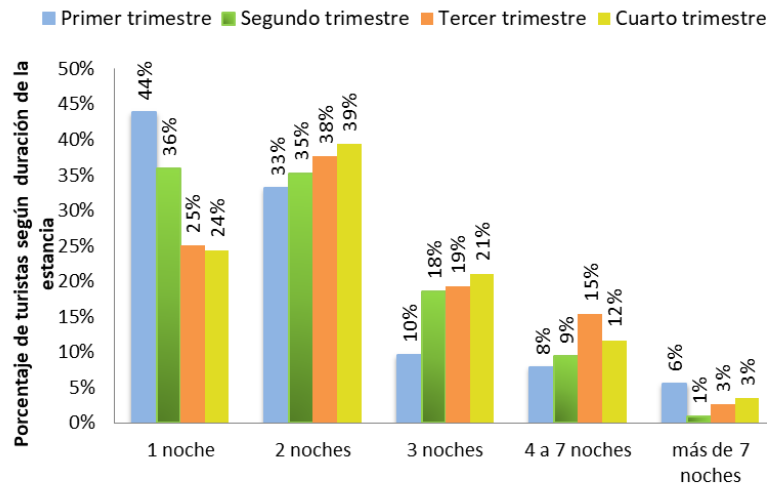


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.5 Duración de la Estancia

La Ilustración 45 revela que en este periodo al igual que en periodos anteriores, la porción mayor de turistas que utilizaron servicios hoteleros se quedaron alrededor de 2 noches (39%), un 24% se quedó una noche y 21% de visitantes con estadía de hasta 3 noches. Hubo un 12% de turistas en hoteles que se quedaron de 4 a 7 noches. Estadías mayores a 7 días son escasas. Asimismo, de aquellos visitantes que abandonan el hotel relevado, el 73% indicó que no se quedarán noches adicionales en otro establecimiento. Solo un 27% reveló que se quedará noches adicionales, siendo la más común la respuesta de una o dos noches extra.

Ilustración 45: Duración de la Estancia del Turista en este Hotel

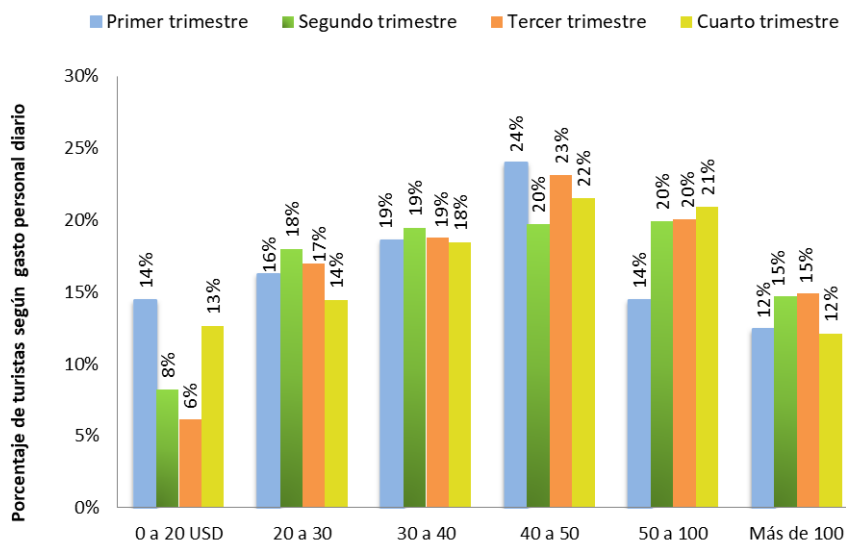


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.6 Gasto Personal Diario durante la estadía

La Ilustración 46 revela que hubo un incremento de quienes gastan durante la estadía diariamente hasta 20 dólares (aumento del 6% al 13%), y una leve disminución de quienes gastan un rango entre 20 y 50 dólares. A la par, los turistas relevados en hoteles que gastan diariamente un rango entre 50 a 100 dólares es del 21%, similar a periodos anteriores, y para quienes gastaron más 100 dólares hay una incidencia menor al periodo anterior (12%).

Ilustración 46: Gasto Personal Diario durante la estadía

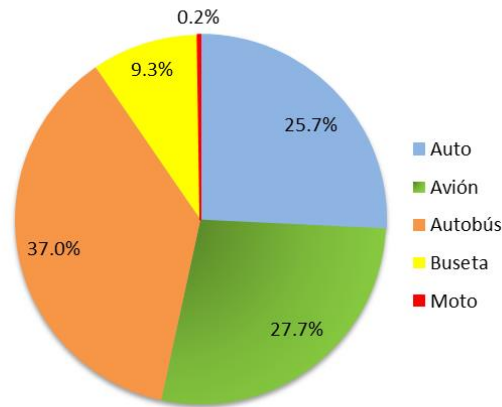


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

6.7 Medio de transporte utilizado

De forma similar a los resultados del tercer trimestre, en este periodo octubre – diciembre, de todos los turistas que fueron relevados en hotel, la predilección continúa siendo venir a la ciudad por autobús (37%), por avión (disminución del 32.5% al 27.7%), y el 25.7% viene en auto privado. Un 9.3% utilizó busetas, y el uso de motocicletas aún es menor al 0.2%⁷.

Ilustración 47: Medio de transporte utilizado para venir a la ciudad



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

⁷ Es importante acotar que al momento del relevamiento principal en aeropuerto y terminal terrestre se filtra a aquellos turistas que ya participaron de la encuesta en el hotel con el fin de evitar doble contabilidad.

7. La Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca

Otro componente del diagnóstico del turismo en la Ciudad de Cuenca, corresponde al estudio de oferta turística. Cabe indicar que en este estudio se presenta información relevante sobre la tasa de ocupación, tarifas promedio por tipo de establecimiento para los meses de enero a diciembre.

En el diseño metodológico correspondiente al estudio de la oferta turística de Cuenca, se establecieron objetivos que permiten plantear el actual boletín:

- a) Determinar las características fundamentales en cuanto a tamaño, ubicación, número de habitaciones
- b) Estimar la tarifa promedio por habitación estimados de los locales de alojamiento.
- c) Obtener un conjunto de indicadores de oferta turística.

8. Metodología del Estudio

8.1 ¿Quiénes Participaron en el Estudio?

En esta parte del Estudio se levantó información en los establecimientos de alojamiento de la zona urbana. Se recibió un catastro de parte de la Fundación Turismo para Cuenca que contenía la información de establecimientos turísticos.

En el caso de establecimientos hoteleros se contó con un primer catastro de locales a visitar, mismo que fue facilitado por la Fundación Turismo para Cuenca. Se tuvo un total de 216 establecimientos dentro de la categoría de hospedaje y alojamiento; de estos, 202 cumplían con los requisitos para ser considerados dentro de la muestra y que fueron visitados por los encuestadores durante los seis meses que se presentan en este informe, para la aplicación de las encuestas. Entre 120 y 137 locales recibieron las encuestas de oferta, de los cuales 69 a 101 establecimientos contestaron la información de la encuesta de oferta.

Tabla 15: Datos generales de relevamiento: junio-diciembre 2017

Total de establecimientos catastrados	216 -143
Establecimientos aptos para aplicación de encuesta	202
Establecimientos que recibieron la información a contestar durante los seis meses	120 a 137
Establecimientos que brindaron información	69 a 101

8.2 ¿Cómo se llevó a cabo el Estudio?

El relevamiento se realizó a establecimientos turísticos de alojamiento. Dentro de los locales, se consideraron aquellos presentados en dos catastros proporcionados por la Fundación Municipal Turismo para Cuenca. Como ya se indicó, de todos los locales visitados, entre 101 y 69 respondieron la encuesta a lo largo de visitas mensuales realizadas a los locales de alojamiento. Esto es una respuesta de alrededor de 50% de locales aptos para contestar la encuesta.

La ficha de levantamiento de la encuesta se realizó en concordancia con la encuesta que periódicamente levanta el Ministerio de Turismo. En efecto, la construcción de la tasa de ocupación y la RevPar se realizó con la metodología del Ministerio de Turismo. La información referente a la encuesta de oferta se llenó con la revisión en campo del encargado de registrar la encuesta por parte de la Universidad de Cuenca y el encargado del hotel de los registros de ingresos y salidas de los turistas, y, además, de supervisiones en campo y de llamadas telefónicas a los locales consultados.

Durante el periodo de estudio, se definió las categorías de hoteles con estrellas, siendo cinco la mayor y dos estrellas la de menor categoría. En hostales se empieza con tres estrellas hasta una estrella, por último se incluyó una nueva categoría única pero esta no se registra como una sección de análisis por ser pequeña; sin embargo si se incluyen en los promedios totales. Características de la Oferta de alojamiento en la Ciudad de Cuenca

El siguiente texto analiza las características de los establecimientos hoteleros de la ciudad de Cuenca. Se considera pertinente presentar este informe en los términos definidos por el Ministerio de Turismo; esto es por categorías. Otra especificidad del análisis es que se realiza un análisis completo de los años por meses considerando sus fluctuaciones.

8.3 Principales indicadores de oferta turística

En lo que se refiere al análisis de las características de los establecimientos hoteleros se plantean los principales indicadores de ocupación por mes. Las categorías en los trimestres enero - marzo, abril -junio, julio - septiembre y octubre - diciembre de 2017 para hoteles son: cinco estrellas, cuatro estrellas, tres estrellas y dos estrellas; para hostales son: tres estrellas, dos estrellas y una estrella; por último, existe para pensiones una categoría única.⁸ En esta sección del documento se presenta una Tabla para todos los establecimientos y por cada categoría de hotel y una Ilustración con la evolución de la tasa de ocupación. Cabe señalar que los resultados correspondientes al último trimestre octubre – diciembre son preliminares.

8.3.1 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total

En la Tabla 16 se registra los indicadores para el total de los establecimientos hoteleros y hostales.

⁸ Esta categoría se incluye en los indicadores para el total de establecimientos, más no se analiza la categoría única para pensiones, pues empezó a dividirse de esta forma, de acuerdo al catastro recibido para esta publicación, desde septiembre de 2016. Los cambios en el catastro también en ocasiones generan cambios en la base de indicadores, pues la re-categorización obliga a revisar la base para que los indicadores por categorías sean comparables entre los distintos meses.

Tabla 16: Indicadores de oferta enero diciembre Categoría Total

INDICADORES	Meses			Meses			Meses			Meses			Promedio 4to Trimestre
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	
Tarifa promedio habitación general	\$ 43.5	\$ 30.8	\$ 29.8	\$ 33.8	\$ 32.6	\$ 32.3	\$ 32.7	\$ 33.2	\$ 31.6	\$ 33.2	\$ 34.9	\$ 35.2	\$ 34.4
Porcentaje de huéspedes nacionales	75.5%	67.5%	69.5%	71.1%	72.5%	88.5%	74.1%	74.7%	73.1%	78.7%	71.7%	71.4%	73.9%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	24.5%	32.5%	30.5%	28.9%	27.5%	11.5%	25.9%	25.3%	26.9%	21.3%	28.3%	28.6%	26.1%
Tasa de ocupación	25.7%	28.4%	26.5%	34.8%	33.5%	36.8%	33.4%	35.0%	35.3%	44.4%	50.4%	40.1%	45.0%

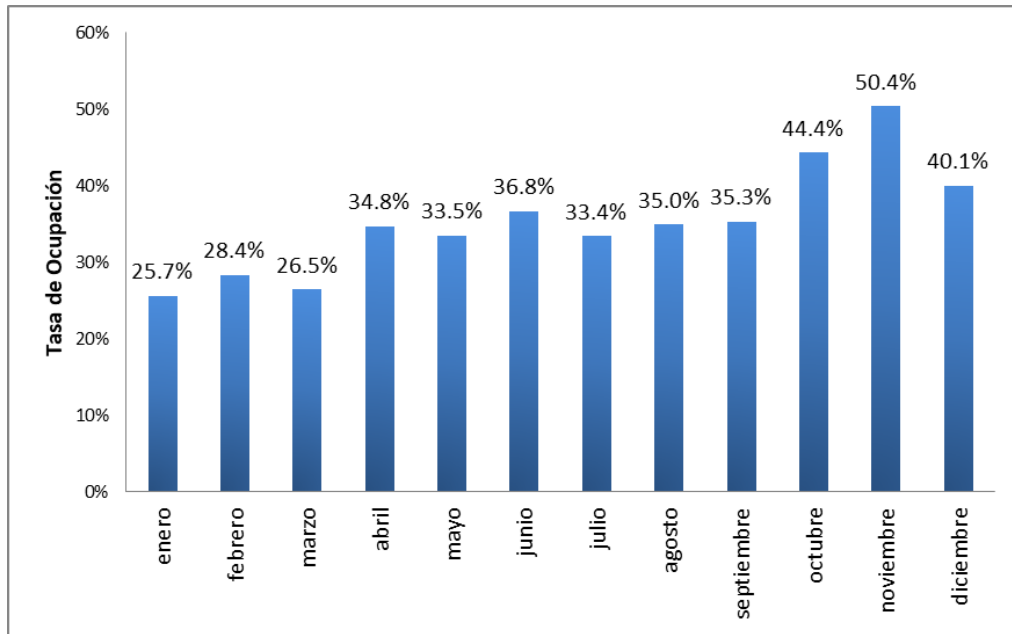
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En el cuarto trimestre el porcentaje de nacionales hospedados en hoteles oscila entre 71.4% y 78.7%, siendo el valor recíproco el de los extranjeros hospedados en algún establecimiento de hospedaje, con un promedio en el trimestre de 73.9% (ver Tabla 16). De enero a diciembre, el mes con mayor incidencia de turistas nacionales es el mes de junio con 88.49%.

El porcentaje promedio de ocupación en todos los establecimientos de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca fue de 34.58% en el tercer trimestre, con fuerte incremento para el cuarto trimestre a 45%, siendo el mes de noviembre el mes con mayor porcentaje 50.4%, seguido del mes de octubre con valor de 44.4%. En cuanto a la tarifa promedio habitación general, hay variaciones con respecto al trimestre anterior, pues se evidencia un leve incremento de \$32.51 en promedio en el tercer trimestre a \$34.4 en el último parcial del año. En la siguiente Ilustración se puede observar como la tasa de ocupación es mayor en los meses octubre, noviembre y diciembre en comparación con meses anteriores, haciendo que el promedio del cuarto trimestre incremente a 45%, este incremento está relacionado en parte con la época de fiestas cuencanas.

Las mayores tasas de ocupación en este trimestre, se debe como veremos más adelante a que los grupos de establecimientos hoteleros informan mayores tasas de ocupación en la última parte del año, lo que incrementa a esta tasa general. Con estos hallazgos, como se muestra en los resultados por categorías, se observa una mejora en la tasa de ocupación en el último trimestre del año, y que es mayor en comparación con el mismo periodo del año 2016 especialmente para los establecimientos de hoteles cuatro, tres, dos estrellas.

Ilustración 48: Tasa de ocupación categoría: total

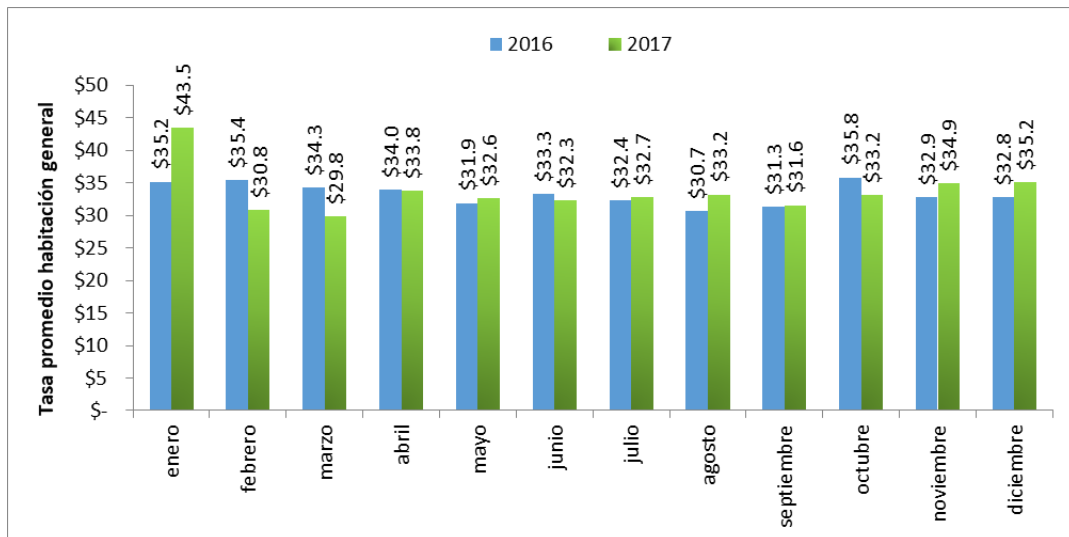


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Por otra parte, cuando analizamos los datos de tarifa promedio y tasa de ocupación como una serie de tiempo en los meses de los años 2016 y 2017, podemos observar algunos eventos importantes.

El mes de enero de 2017 es el que tiene una tarifa de habitación general mayor en todo el período. Todos los demás meses fluctúan entre 30 y 40 dólares. Además, se observa que, en los dos años, las tarifas de una habitación general, a partir de febrero tiene una variación baja, manteniéndose alrededor de \$30 y \$34, y a partir de octubre la tarifa de una habitación general tiende a aumentar.

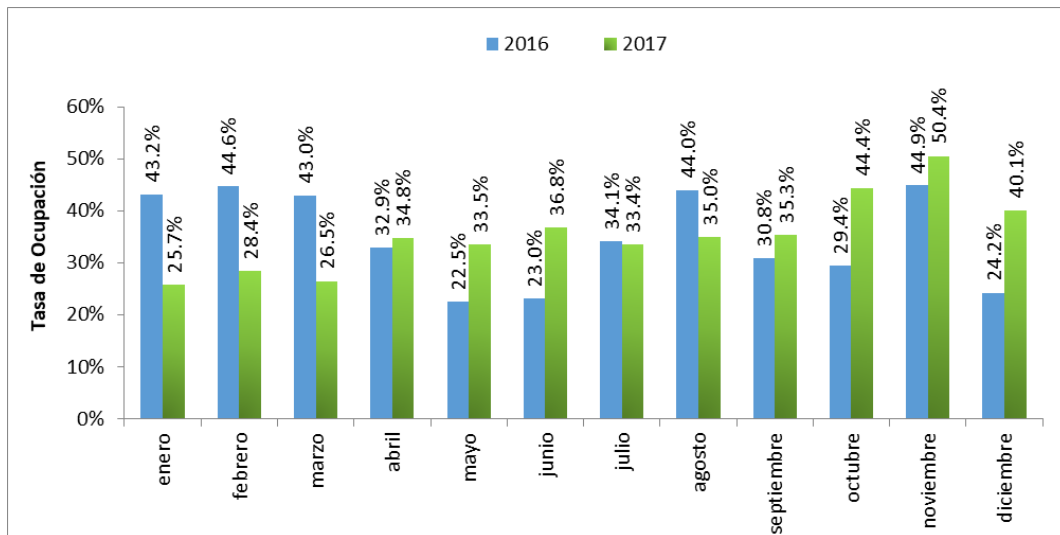
Ilustración 49: Tarifa promedio habitación general, categoría: total, enero-diciembre 2016 y 2017



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a tasa de ocupación, se puede ver cómo éstas de enero a marzo del año 2017 fueron bajas, pero a partir de abril las tasas se fueron incrementando hasta llegar a 35% en los meses de agosto y septiembre; a diferencia del año 2016 en la que se ve un comportamiento contrario, así para los meses enero-marzo se observa las mayores tasas con valores alrededor del 43%. Las menores tasas de ocupación experimentadas en el año 2016 fueron los meses de mayo y junio con valores alrededor del 23%, pero la tasa se recupera en el tercer trimestre del año 2016, presentando un repunte en el mes de agosto de dicho año a 44%. De todo el periodo analizado, los meses octubre y noviembre de año 2017 presentan mayores tasas de ocupación con valores entre 44.4% y 50.4%.

Ilustración 50: Tasa de ocupación, categoría: total, enero-diciembre 2016 y 2017



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Estos datos son fluctuantes cuando vamos analizando por categoría a los establecimientos.

8.3.2 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cinco Estrellas

En esta categoría se agrupan hoteles que en el catastro son de cinco estrellas. Estos son menos de cinco en la ciudad. En el anexo 3, se presenta el número de encuestas realizadas en cada tipo de establecimiento hotelero, así, en el cuarto trimestre se encuestó a 3 hoteles categoría cinco estrellas.

Tabla 17: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría cinco estrellas

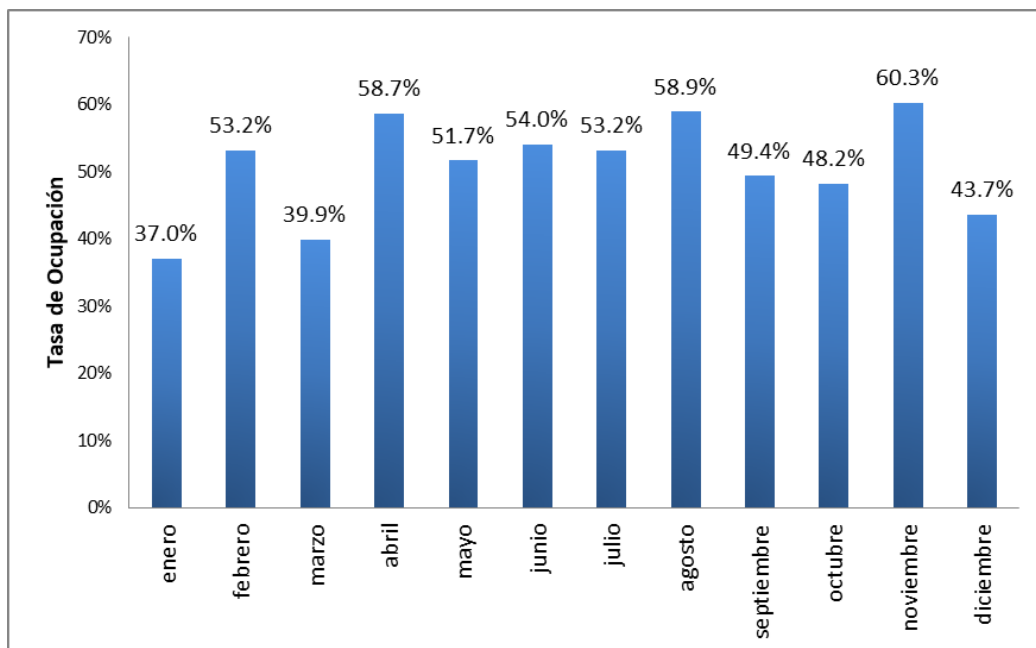
INDICADORES	Meses			Meses			Meses			Meses			Promedio 4to Trimestre
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	
Tarifa promedio	\$ 126.2	\$ 59.4	\$ 57.4	\$ 76.5	\$ 82.9	\$ 79.5	\$ 99.0	\$ 110.5	\$ 103.3	\$ 89.3	\$ 110.7	\$ 99.3	\$ 99.8
Porcentaje de huéspedes nacionales	68.7%	52.9%	50.8%	63.8%	63.7%	94.9%	63.8%	56.5%	61.3%	57.6%	59.5%	57.3%	58.2%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	31.3%	47.1%	49.2%	36.2%	36.3%	5.1%	36.2%	43.5%	38.7%	42.4%	40.5%	42.7%	41.8%
Tasa de ocupación	37.0%	53.2%	39.9%	58.7%	51.7%	54.0%	53.2%	58.9%	49.4%	48.2%	60.3%	43.7%	50.7%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En los establecimientos de Cinco Estrellas, hay un porcentaje promedio de nacionales huéspedes de 60.5% para el tercer trimestre, porcentaje que disminuye relativamente para el cuarto trimestre a 58.2%. La tarifa promedio de una habitación en general varía de \$89 a \$110 en los meses octubre-diciembre, lo que da un promedio de \$99.8 valor menor que \$104 que fue la tarifa promedio del trimestre anterior. (Ver Tabla 17).

El porcentaje de ocupación en los establecimientos cinco estrellas de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca es alto, en promedio (53.82%) para el tercer trimestre, pero se evidencia una leve disminución para el cuarto trimestre (50.7% en promedio), debido a la disminución en el mes de diciembre (43.7%), no obstante al igual que en la categoría general, es el mes de noviembre que se observa la mayor tasa de ocupación (60.3%) del año, valor que se puede explicar por las fiestas cuencanas característicos del mes (ver Tabla 17). Como se puede observar, los establecimientos hoteleros de cinco estrellas tienen una tasa de ocupación hotelera mayor que el total de establecimientos de enero a diciembre.

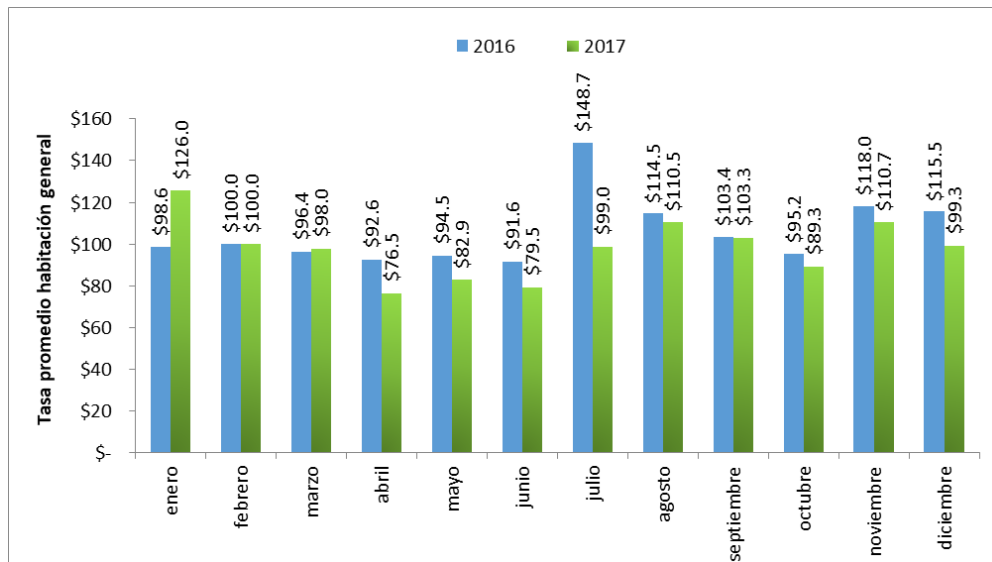
Ilustración 51: Tasa de ocupación categoría: Cinco Estrellas



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Por otra parte, cuando analizamos los datos de tarifa promedio y tasa de ocupación como una serie de tiempo en los años 2016 y 2017, podemos observar algunos eventos importantes. El mes de julio de 2016 es el que tiene una tarifa mayor en todo el período con valor de \$148.70. Todos los demás meses fluctúan entre 76.5 y 126 dólares. Se visualiza que en general en los años 2016 y 2017 existe similar comportamiento, pues en el mes de octubre de ambos años existe una disminución de la tarifa y un aumento de la misma en el mes de noviembre y diciembre.

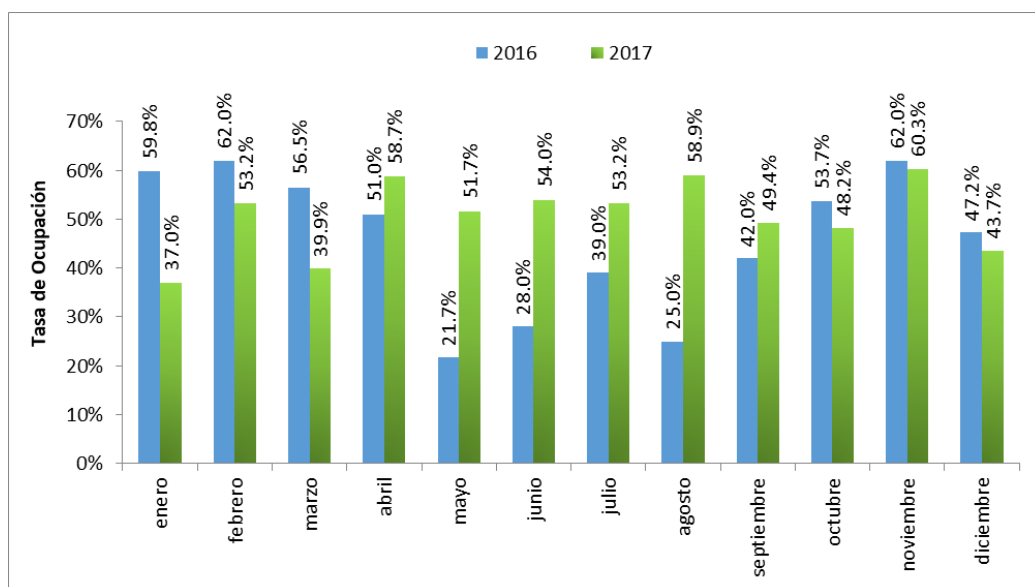
Ilustración 52: Tarifa promedio habitación general, categoría: cinco estrellas, enero- diciembre 2016 y 2017



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a tasa de ocupación se puede ver como las tasas de enero a marzo del año 2017 fueron bajas, pero en abril, mayo y junio las tasas se fueron incrementando con valores mayores que 52%. Esto, a diferencia del año 2016 en la que se ve un comportamiento contrario; así para los meses enero-marzo se observa las mayores tasas con valores alrededor del 60%. En el tercer trimestre del año 2017 se observa nuevamente una disminución relativa de las tasas de ocupación, pero son mayores con respecto al año 2016. Finalmente, en el periodo octubre-diciembre 2016 este tipo de establecimiento hotelero experimenta altas tasas de ocupación sensiblemente mayor en comparación con el mismo periodo del año 2017.

Ilustración 53: Tasa de ocupación, categoría: cinco estrellas, enero-diciembre 2016 y 2017



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

8.3.3 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Cuatro Estrellas

A continuación se presenta la información relevante de oferta hotelera de hoteles de cuatro estrellas. Este grupo de establecimientos tienen indicadores con valores menores a los de las secciones de cinco estrellas.

Tabla 18: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Cuatro Estrellas

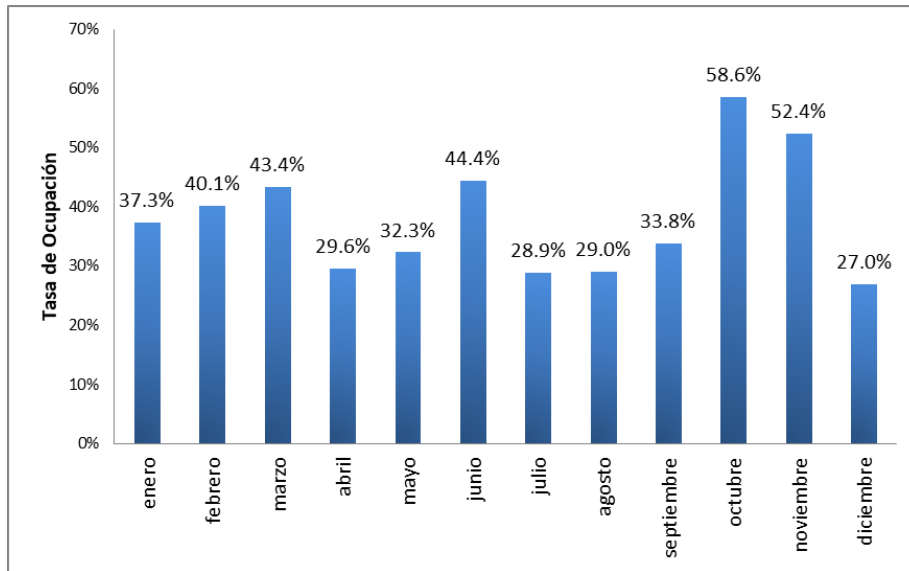
INDICADORES	Meses			Meses			Meses			Meses			Promedio 4to Trimestre
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	
Tarifa promedio habitación general	\$ 105.6	\$ 51.0	\$ 44.2	\$ 44.2	\$ 36.2	\$ 35.4	\$ 49.7	\$ 49.0	\$ 43.1	\$ 52.5	\$ 55.0	\$ 51.6	\$ 53.0
Porcentaje de huéspedes nacionales	72.3%	59.2%	58.1%	47.6%	46.7%	40.3%	68.2%	68.5%	67.7%	59.8%	62.7%	69.8%	64.1%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	27.7%	40.8%	41.9%	29.6%	32.3%	44.4%	31.8%	31.5%	32.3%	40.2%	37.3%	30.2%	35.9%
Tasa de ocupación	37.3%	40.1%	43.4%	29.6%	32.3%	44.4%	28.9%	29.0%	33.8%	58.6%	52.4%	27.0%	46.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En los establecimientos de Cuatro Estrellas el porcentaje de nacionales hospedados en hoteles varían entre 59.8% y 69.8%; con un promedio de 64.1% en el cuarto trimestre que es menor comparado con el tercer trimestre (68.16%) (Ver Tabla 18). La tarifa promedio de una habitación en general en el cuarto trimestre es de \$51.6 a \$55, evidenciándose un incremento de las tarifas en este parcial que en promedio llega a \$53, que se explica por el incremento de las tasas de ocupación.

De acuerdo a la Tabla 18, el porcentaje promedio de ocupación en este tipo de establecimientos en la ciudad de Cuenca fue 40.30% en el primer trimestre, bajando a 35.44% en promedio para el segundo trimestre, disminuyendo aún más hasta llegar a 30.55% en promedio en el tercer periodo, y recuperándose en el cuarto periodo con promedio en el trimestre de 46%. Como se puede observar los hoteleros de Cuatro Estrellas tienen la mayor tasa de ocupación en el mes de octubre y diciembre.

Ilustración 54: Tasa de ocupación categoría: Cuatro Estrellas

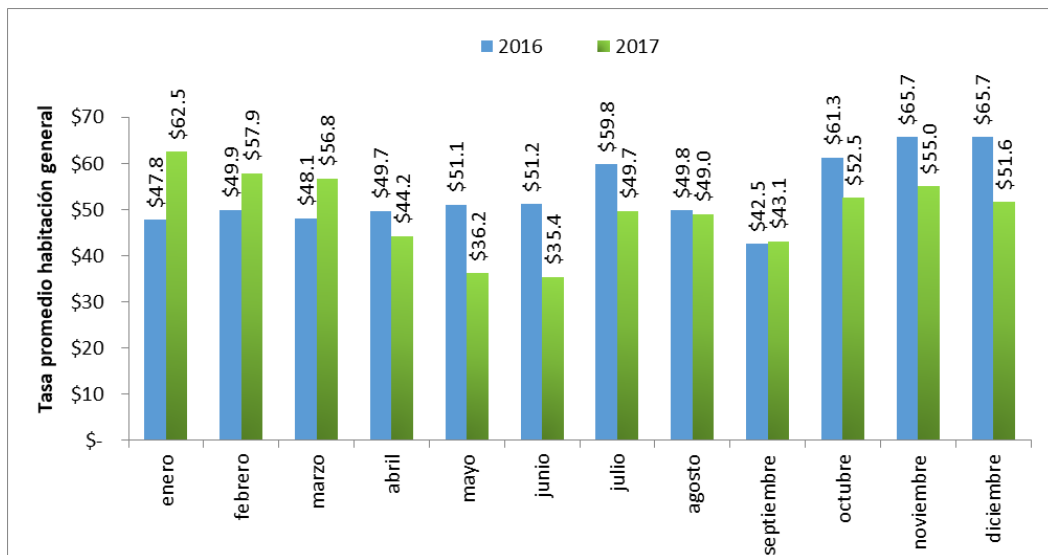


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Por otra parte, cuando analizamos los datos de tarifa promedio y tasa de ocupación como una serie de tiempo en los primeros nueve meses de los años 2016 y 2017, podemos observar algunos eventos importantes.

El mes de enero de 2017 y noviembre-diciembre de 2016 son los meses que tienen una tarifa mayor en todo el período. Las tarifas en el año 2016 y 2017 empiezan a recuperarse en este cuarto trimestre en comparación las tarifas del tercer trimestre, no obstante en este último trimestre del año se evidencia mayores tarifas de una habitación general para el año 2016, con valores que fluctúan entre \$61.3 y \$65.7, en comparación con el año 2017 durante el mismo periodo con valores entre \$52.5 y \$55.

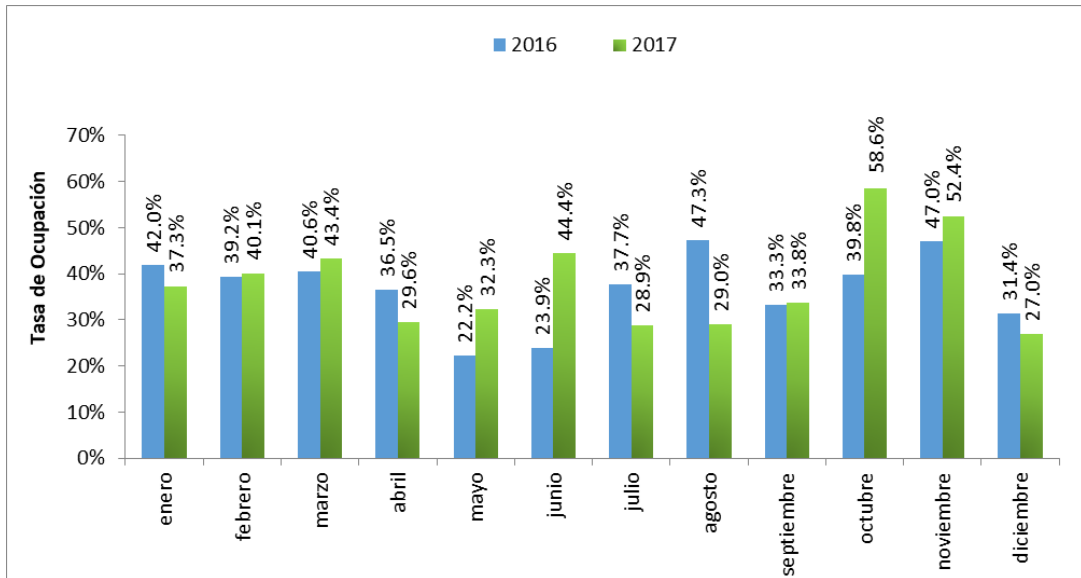
Ilustración 55: Tarifa promedio habitación general, categoría: tres estrellas, enero-diciembre 2016 y 2017



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a tasa de ocupación se puede ver como las tasas de enero a marzo del año 2017 fueron altas pero en abril, mayo y junio las tasas fueron variando con disminuciones en los meses abril- mayo e incrementos en el mes de junio del año 2017. Similar comportamiento se observa para los meses de enero – mayo 2016. En el año 2016, en el mes de agosto se experimentó la mayor tasa de ocupación (47.3%) en el periodo analizado. En general en el cuarto trimestre las tasas de ocupación se recuperan con respecto a los meses anteriores, no obstante es el mes de diciembre de 2017 que este tipo de establecimiento experimenta la menor tasa de ocupación (27%), pero las mayores tasas en octubre (58.6%) y noviembre (52.4%) durante el año en cuestión.

Ilustración 56: Tasa de ocupación, categoría: cuatro estrellas, enero-diciembre 2016 y 2017



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

8.3.4 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Tres Estrellas

En la Tabla 19 vemos los principales indicadores de los establecimientos hoteleros de tres estrellas.

Tabla 19: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría: tres estrellas

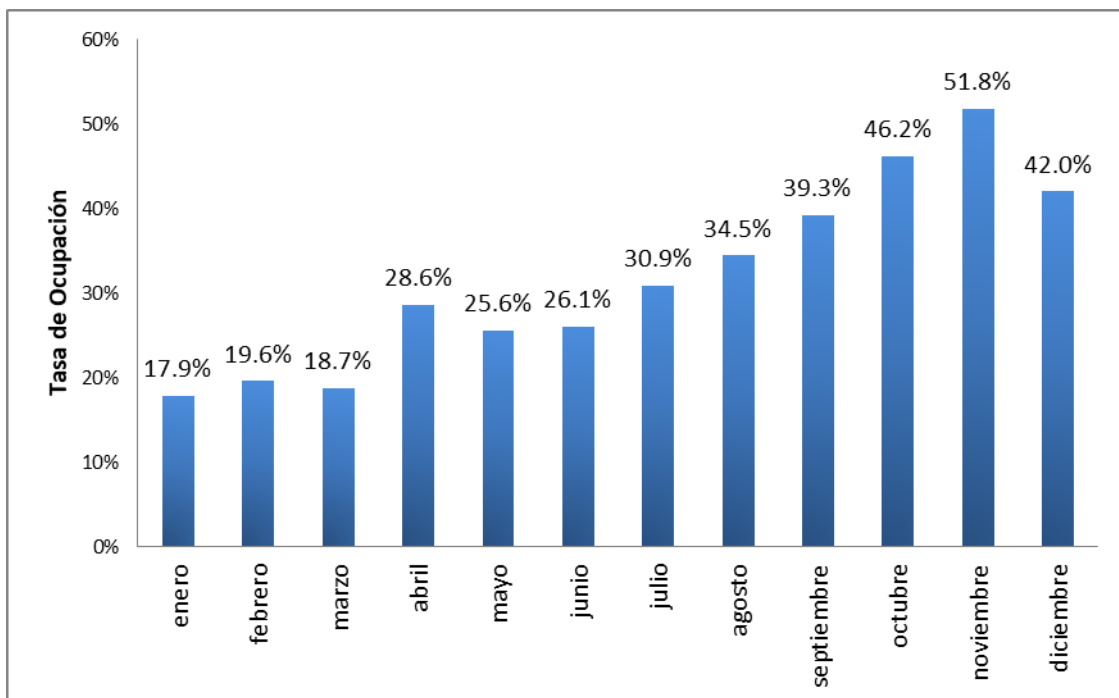
INDICADORES	Meses			Meses			Meses			Meses			Promedio 4to Trimestre
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	
Tarifa promedio habitación general	\$ 39.3	\$ 32.2	\$ 31.6	\$ 32.8	\$ 32.3	\$ 32.7	\$ 27.5	\$ 27.4	\$ 27.4	\$ 35.0	\$ 35.8	\$ 35.2	\$ 35.3
Porcentaje de huéspedes nacionales	89.4%	62.9%	68.9%	65.8%	69.7%	70.5%	77.2%	84.0%	80.0%	63.6%	76.7%	69.4%	69.9%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	10.6%	37.1%	31.1%	34.2%	30.3%	29.5%	22.8%	16.0%	20.0%	36.4%	23.3%	30.6%	30.1%
Tasa de ocupación	17.9%	19.6%	18.7%	28.6%	25.6%	26.1%	30.9%	34.5%	39.3%	46.2%	51.8%	42.0%	46.7%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En los establecimientos de tres estrellas el porcentaje de nacionales hospedados en hoteles es en promedio de 73.76% en el primer trimestre, siendo el valor recíproco el de los extranjeros hospedados en algunos establecimientos de hospedaje en esta categoría de hoteles, y un menor flujo para el segundo trimestre de 68.64% en promedio, con incrementos para el tercer periodo a 80.41% en promedio y para el cuarto trimestre con disminución a 82.5% en promedio. La tarifa general promedio de una habitación fue de \$34.37 para los primeros tres meses del año, bajando a \$32.59 para el siguiente periodo, y disminuyendo aún más a \$27.44 para el tercer trimestre, pero recuperándose nuevamente para el cuarto trimestre con promedio de \$36.1, incremento que se explica por la mejora en las tasas de ocupación.

La tasa de ocupación promedio en los establecimientos de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca con categoría tres estrellas, fue del 18.75% en el primer trimestre, experimentando una mejoría en el periodo abril-junio con promedio de 26.76%, llegando a un repunte en el mes de septiembre a 39.27%, y con nuevos incrementos en el periodo octubre-diciembre con promedio de 46.7%. Al igual que en los establecimientos hoteleros cinco estrellas, el mes de noviembre presenta la mayor tasa de ocupación en el año con valor de 51.8%.

Ilustración 57: Tasa de ocupación categoría: tres estrellas

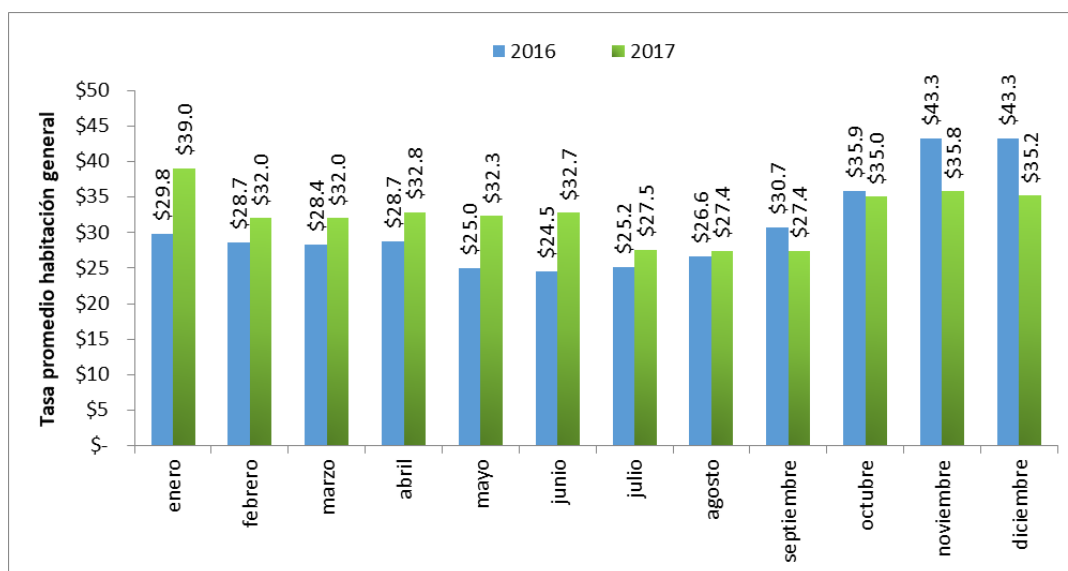


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Por otra parte, cuando analizamos los datos de tarifa promedio y tasa de ocupación como una serie de tiempo en los años 2016 y 2017, podemos observar algunos eventos importantes.

El mes de noviembre y diciembre de 2016 es el que tiene una tarifa mayor en todo el período. Todos los demás meses fluctúan entre 24 y 39 dólares. En general, se observa que en el año 2017 las tarifas promedio de una habitación son mayores en el periodo enero-agosto en comparación con el mismo periodo del año 2016. A partir del mes de septiembre a diciembre se visualiza una mejoría en ambos años, pero en menor magnitud para el año 2017 (con valores entre \$35), en comparación con el mismo periodo del año 2016 (con valores entre \$35.9 y \$43.3)

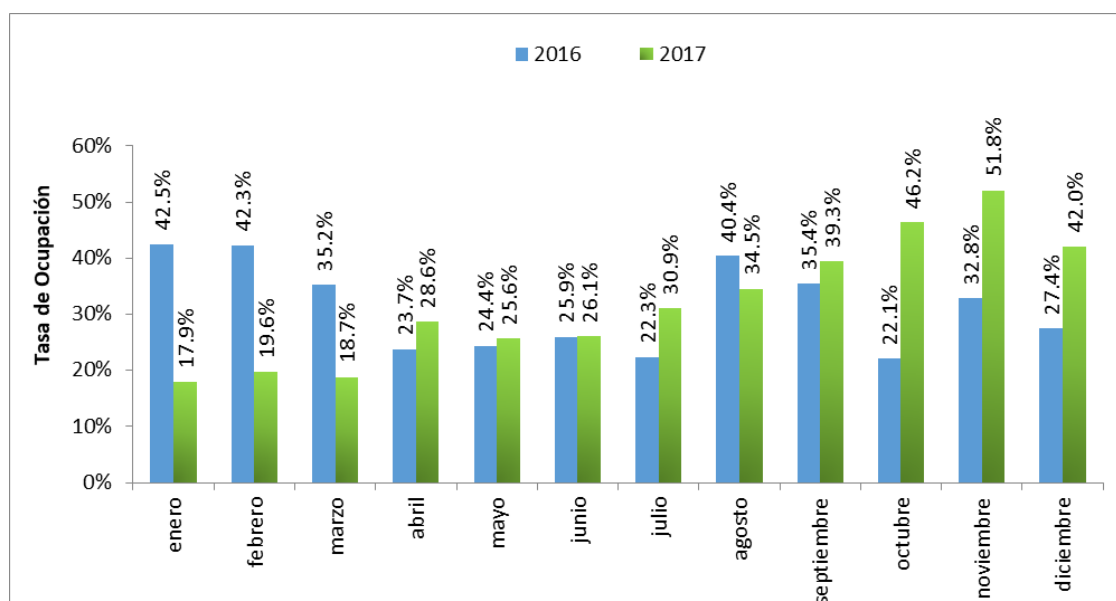
Ilustración 58: Tarifa promedio habitación general, categoría: tres estrellas, enero-diciembre 2016 y 2017



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a tasa de ocupación se puede ver como las tasas de enero a marzo del año 2017 fueron bajas pero en abril, mayo y junio las tasas se fueron incrementando con valores alrededor de 26%, y aún mayores para el tercer y cuarto trimestre del año con valores que fluctúan entre 30.9% y 51.8%. A diferencia del año 2016 en la que se ve un comportamiento contrario, así para los meses enero-marzo se observa las mayores tasas con valores alrededor del 40%, pero también una recuperación de tasas de ocupación en el tercer trimestre y disminución para el cuarto trimestre. El mes de noviembre 2017, presenta la mayor tasa de ocupación (51.8%) en comparación con el resto del periodo analizado.

Ilustración 59: Tasa de ocupación, categoría: tres estrellas, enero-diciembre 2016 y 2017



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

8.3.5 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Dos estrellas/Tercera

En esta sección se analizan los hoteles de Dos Estrellas. En la Tabla 20 se puede revisar los valores de tarifa general, y porcentaje de huéspedes nacionales y extranjeros.

Tabla 20: Indicadores de oferta enero- diciembre: Categoría: dos estrellas

INDICADORES	Meses			Meses			Meses			Meses			Promedio 4to Trimestre
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	
Tarifa promedio	\$ 28.5	\$ 26.0	\$ 25.9	\$ 30.7	\$ 30.7	\$ 30.7	\$ 19.1	\$ 18.2	\$ 22.9	\$ 18.3	\$ 18.4	\$ 37.6	\$ 24.8
Porcentaje de huéspedes nacionales	68.1%	55.8%	57.4%	84.7%	85.7%	83.7%	83.5%	84.4%	96.9%	96.0%	71.0%	79.3%	82.1%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	31.9%	44.2%	42.6%	15.3%	14.3%	16.3%	16.5%	15.6%	3.1%	4.0%	29.0%	20.7%	17.9%
Tasa de ocupación	25.0%	29.1%	25.4%	51.9%	50.2%	48.2%	39.4%	41.0%	56.5%	56.8%	65.4%	51.0%	57.7%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

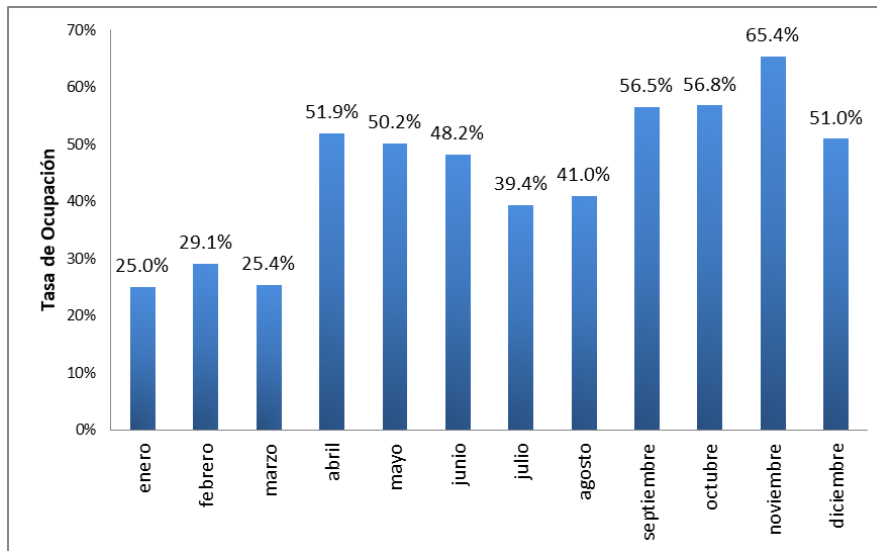
Elaborado por GIER

En los establecimientos de dos Estrellas, el porcentaje promedio de nacionales hospedados en este tipo de establecimiento es mucho mayor en comparación con el resto de categorías, el promedio del primer trimestre es de 60.45%, experimentando un repunte en el segundo trimestre con un proporción promedio de 84.70%, e incrementos para el tercer trimestre con proporción de 88.26%, pero disminución para el periodo octubre a diciembre con promedio de 82.1%.

La tarifa promedio de una habitación en general es más baja que las anteriores categorías de establecimientos y se encuentra en promedio en 26.81 dólares para los primeros tres meses del año, con un incremento en el segundo periodo a \$30.67, disminuyendo fuertemente para el tercer trimestre con valor de \$20.03 en promedio, pero con incrementos para el cuarto trimestre con valor promedio de \$24.8, explicado por el incremento de las tasas de ocupación que se visualiza en este establecimiento hotelero.

Con respecto a la tasa de ocupación de los establecimientos de hospedaje a turistas en la ciudad de Cuenca en esta categoría, mantuvo una ocupación promedio de enero a marzo de 26.49%, experimentando un fuerte incremento en los meses de abril a junio con promedio de 50.10%, pero para los meses julio a septiembre se visualiza una disminución con promedio de 45.64%. Hasta experimentar en la última parte del año, mayores tasas con promedio de 57.7%.

Ilustración 60: Tasa de ocupación categoría: dos estrellas

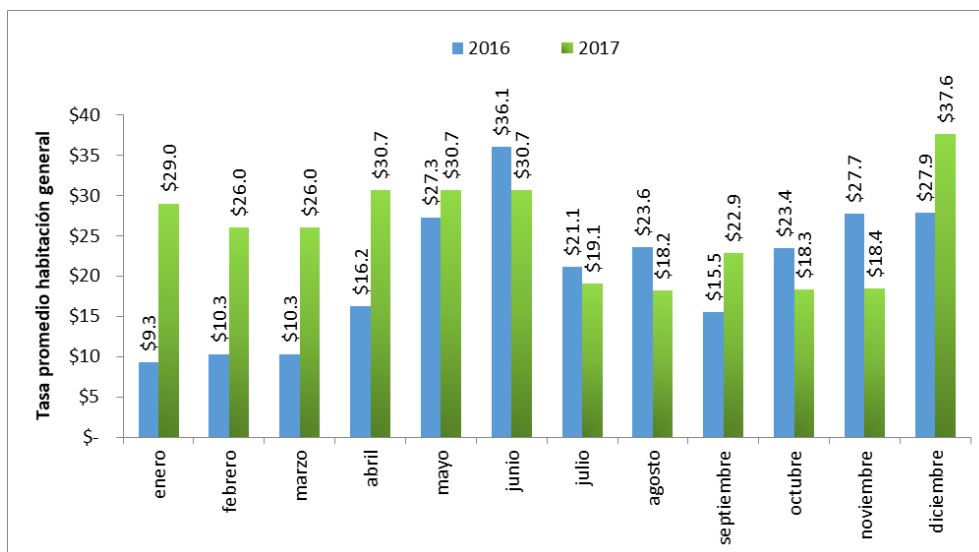


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Por otra parte, cuando analizamos los datos de tarifa promedio y tasa de ocupación como una serie de tiempo en los primeros nueve meses de los años 2016 y 2017, podemos observar algunos eventos importantes.

El mes de diciembre de 2017 es el que tiene una tarifa mayor en todo el período. Todos los demás meses fluctúan entre 9 y 31 dólares. Así, el comportamiento general en los meses julio-agosto-septiembre-octubre y noviembre, de los años 2016 y 2017 se experimenta tarifas menores con respecto a otros meses del año. En general, se observa que los establecimientos categoría hotel dos estrellas experimenta una recuperación en el último periodo del año.

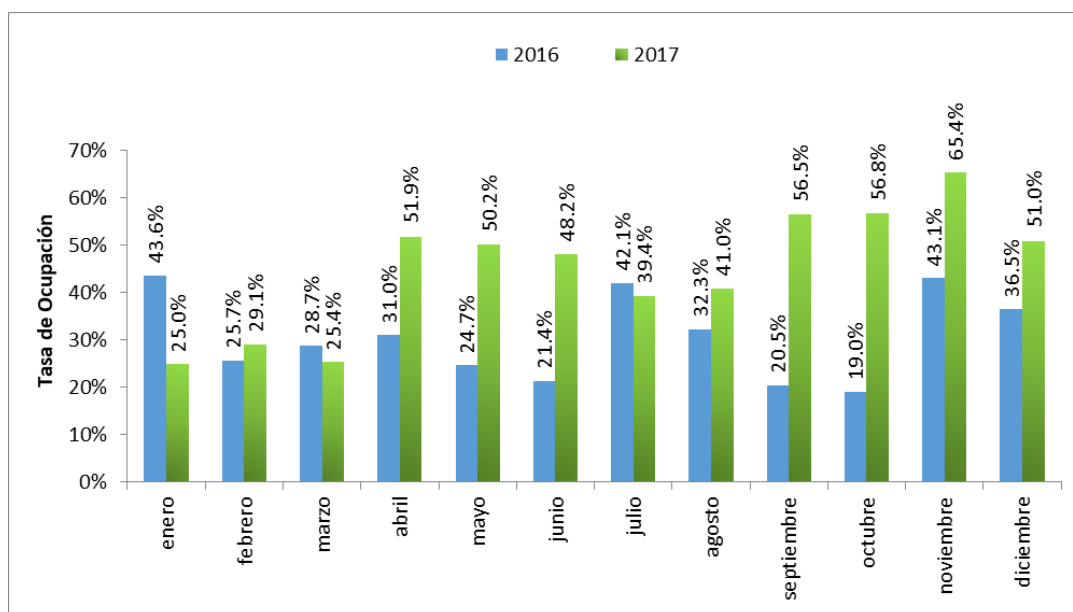
Ilustración 61: Tarifa promedio habitación general, categoría: dos estrellas, enero-diciembre 2016 y 2017



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a tasa de ocupación se puede ver como las tasas de enero a marzo del año 2017 fueron bajas pero en abril, mayo y junio las tasas se fueron incrementando con valores alrededor de 50%, a diferencia del año 2016 en donde para el mes de enero se observa una tasa alta (44%) y para el resto de meses valores que fluctúan entre el 21% y 29%. Se observa que las tasas de ocupación de este tipo de establecimiento empiezan a recuperarse en el mes de septiembre con valor de 56.5%, que se explica por las bajas tarifas promedio generales. Finalmente en el último periodo presenta una nueva recuperación tasas de ocupación con valores entre 19% y 43.1% para el año 2016, y 51% a 65.4% para el periodo 2017.

Ilustración 62: Tasa de ocupación, categoría: dos estrellas, enero-diciembre 2016 y 2017



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

8.3.6 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Hostales

Hostales Tres Estrellas

En esta sección también se analiza otros establecimientos, específicamente hostales. Estos hostales tienen su propia categorización en el Ministerio de Turismo. Se dividen en tres, dos y una estrella.

Tabla 21: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Hostales Tres Estrellas

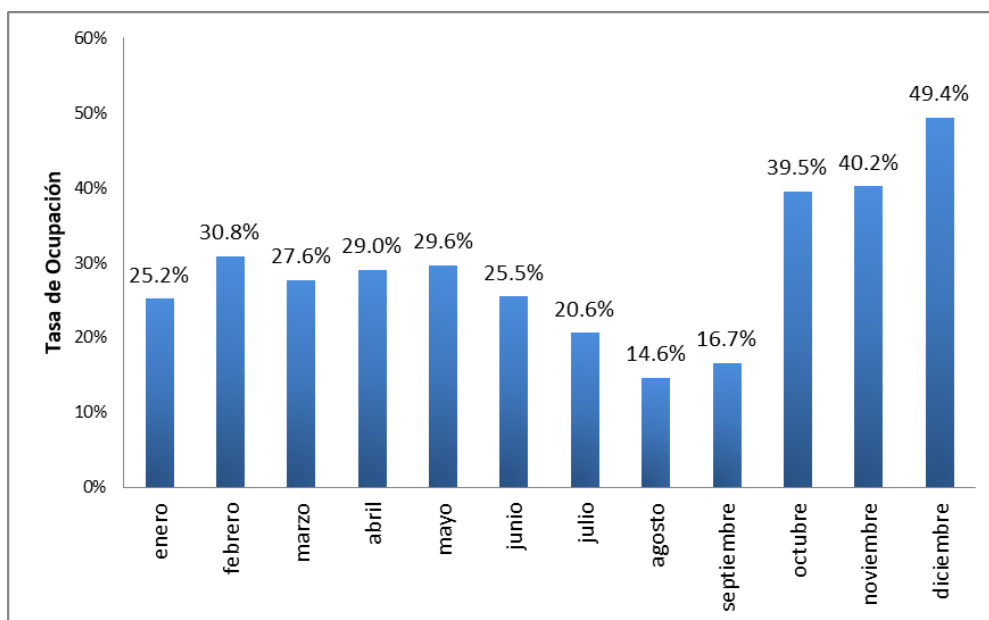
INDICADORES	Meses			Meses			Meses			Meses			Promedio 4to Trimestre
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	
Tarifa promedio	\$ 34.8	\$ 34.1	\$ 34.1	\$ 28.0	\$ 28.0	\$ 28.0	\$ 44.0	\$ 44.0	\$ 26.0	\$ 45.9	\$ 45.9	\$ 45.9	\$ 45.9
Porcentaje de huéspedes nacionales	79.5%	91.8%	93.5%	60.9%	69.0%	59.5%	52.9%	52.3%	86.2%	75.3%	77.7%	75.1%	76.1%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	20.5%	8.2%	6.5%	39.1%	31.0%	40.5%	47.1%	47.7%	13.8%	24.7%	22.3%	24.9%	23.9%
Tasa de ocupación	25.2%	30.8%	27.6%	29.0%	29.6%	25.5%	20.6%	14.6%	16.7%	39.5%	40.2%	49.4%	43.0%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En los establecimientos de Hostales Tres Estrellas el porcentaje de nacionales hospedados fue en promedio de 88.27% en el periodo enero-marzo; mostrando un fuerte cambio tendencial para el segundo periodo con promedio de 63.15%, y manteniéndose para el tercer trimestre con valor de 63.81% en promedio. Mientras que para el periodo octubre - diciembre nuevamente incrementa a 76.1% el porcentaje de huéspedes nacionales. La tarifa promedio en estos establecimientos, durante el trimestre octubre - diciembre fue de \$45.9 en promedio, mayor al promedio del anterior periodo que fue de \$38 dólares, incremento que se explica por las mayores tasas de ocupación que experimenta el establecimiento hostales tres estrellas en octubre – diciembre de 2017.

El porcentaje de ocupación en los establecimientos de hospedaje a turistas, categoría hostales tres estrellas en la ciudad de Cuenca, fue en promedio de 27.87% para los meses enero marzo, experimentando un relativo aumento al 28.03% en el trimestre abril junio, con una disminución para el tercer trimestre con valor de 17.30% en promedio, y con una fuerte recuperación para el periodo octubre – diciembre con valor de 43% en promedio. En el mes de diciembre, este tipo de establecimiento hotelero experimenta la mayor tasa de ocupación con valor de 49.4%.

Ilustración 63: Tasa de Ocupación categoría: Hostal tres estrellas

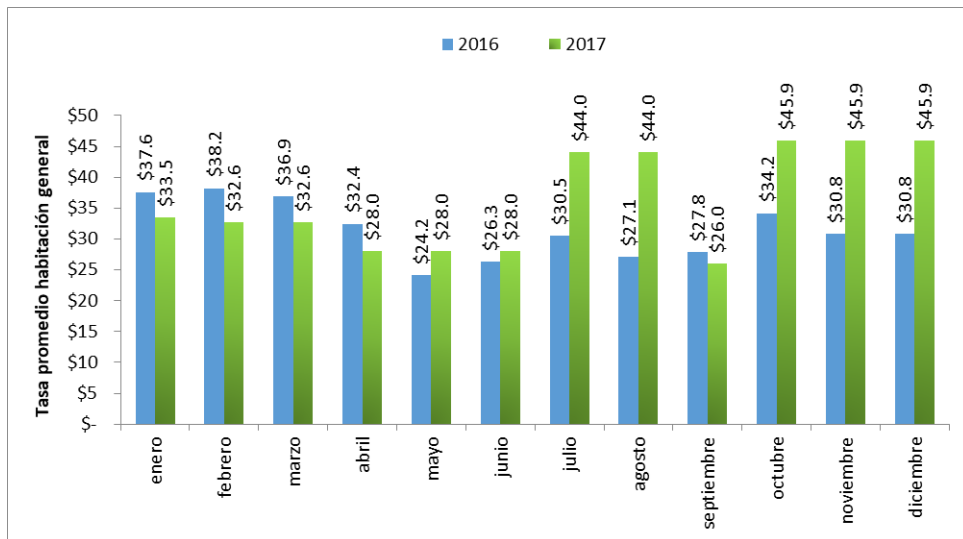


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Por otra parte, cuando analizamos los datos de tarifa promedio y tasa de ocupación como una serie de tiempo en los años 2016 y 2017, podemos observar algunos eventos importantes.

Los meses enero-marzo 2016 y 2017 presentan mayores tarifas alrededor de \$38 y \$33 respectivamente, pero en los siguientes meses las tarifas fueron disminuyendo, hasta que en los meses de julio y agosto de 2017 experimenta un repunte con valor de \$44. En el cuarto trimestre, se evidencia una recuperación en la tarifa de una habitación general, suceso que se repite para los dos años analizados, pero que toma mayor fuerza para el año 2017 con valores que fluctúan alrededor de \$45.9.

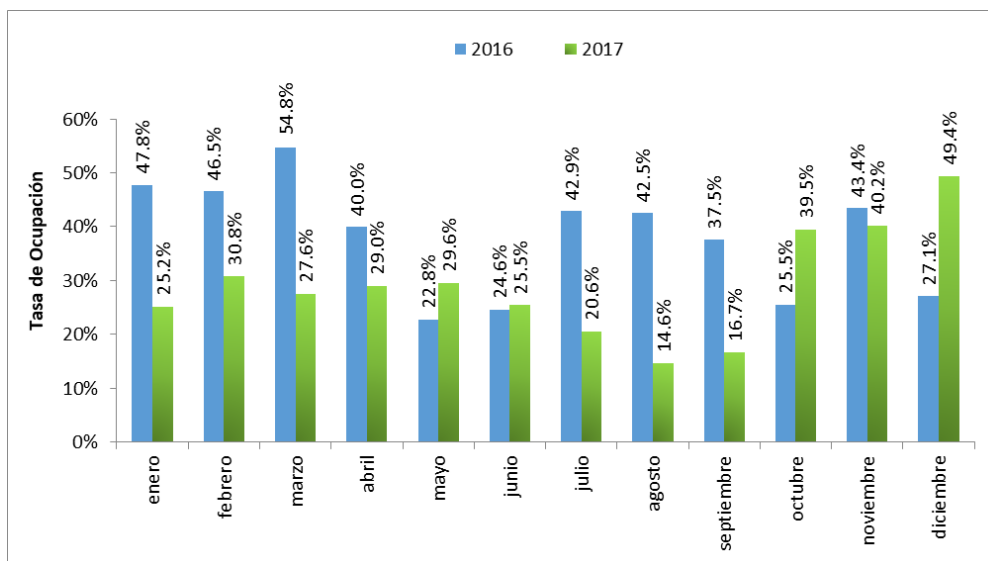
Ilustración 64: Tarifa promedio habitación general, categoría: hostel tres estrellas, enero-diciembre 2016 y 2017



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a tasa de ocupación se puede ver como las tasas de enero a junio del año 2017 se mantienen entre 25% y 31%, mientras que en el año 2016 las tasas de enero a marzo fueron altas, pero en abril a junio las tasas se fueron disminuyendo con valores alrededor del 25% y 40%. Así, en el tercer trimestre del año 2016 las tasas de ocupación empiezan a recuperarse, no obstante en el tercer periodo del año 2017 las tasas de ocupación de este tipo de establecimiento experimenta las menores tasas de todo el periodo con valores alrededor de 17.3% que se explica por el aumento fuerte en las tarifas de habitación general en el mismo periodo. La categoría hostel tres estrellas experimenta las mayores tasas de ocupación en el periodo octubre – diciembre 2017 con valores que fluctúan entre 39.5% y 49.4%.

Ilustración 65: Tasa de ocupación, categoría: hostel tres estrellas, enero-diciembre 2016 y 2017



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Hostales dos estrellas

En esta sección se va a analizar a los hostales de dos estrellas.

Tabla 22: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Hostales Dos Estrellas

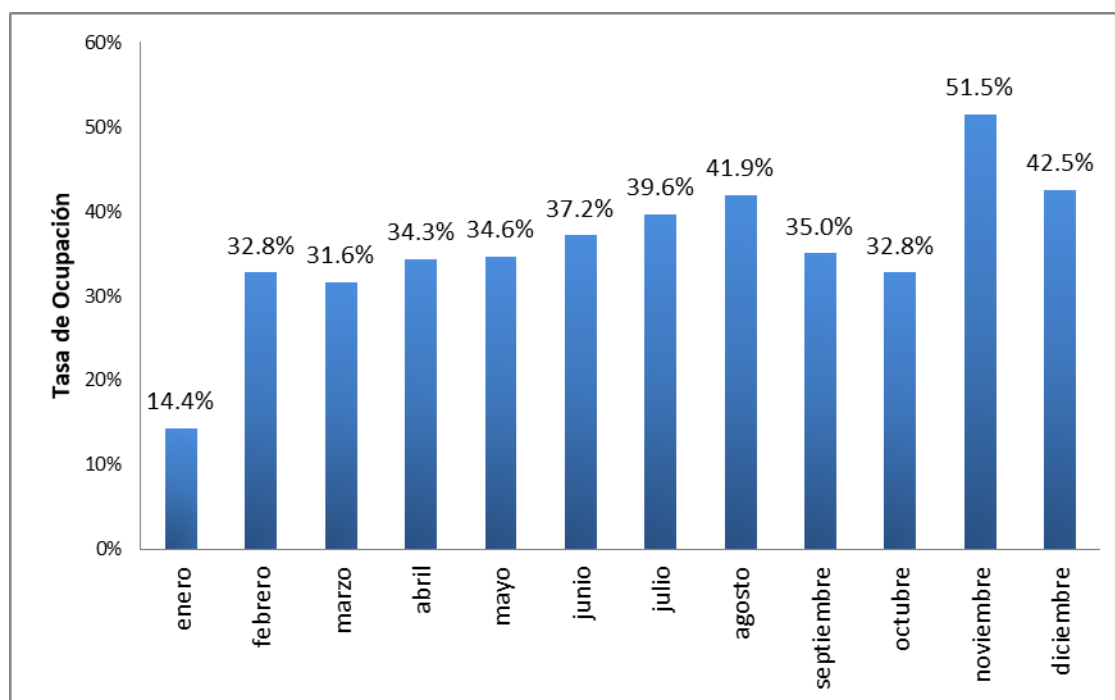
INDICADORES	Meses			Meses			Meses			Meses			Promedio 4to Trimestre
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	
Tarifa promedio habitación general	\$ 15.7	\$ 18.5	\$ 17.9	\$ 31.2	\$ 31.2	\$ 33.9	\$ 17.3	\$ 17.3	\$ 14.4	\$ 15.9	\$ 16.0	\$ 15.2	\$ 15.7
Porcentaje de huéspedes nacionales	84.5%	88.6%	87.7%	78.2%	90.2%	87.9%	88.2%	87.6%	80.3%	88.0%	85.8%	82.3%	85.4%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	15.5%	11.4%	12.3%	21.8%	9.8%	12.1%	11.8%	12.4%	19.7%	12.0%	14.2%	17.7%	14.6%
Tasa de ocupación	14.4%	32.8%	31.6%	34.3%	34.6%	37.2%	39.6%	41.9%	35.0%	32.8%	51.5%	42.5%	42.3%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En los establecimientos de Hostales Dos Estrellas, el porcentaje de nacionales hospedados es bastante alto con valores en promedio de 86.92% para los primeros tres meses, experimentando un relativo descenso para el periodo subsiguiente a 85.43%, manteniéndose en 85.38% para el tercer trimestre, y manteniéndose para el último trimestre del año con valor de 85.4% en promedio. La tarifa general promedio del trimestre enero marzo fue de \$17.37, con un fuerte aumento a \$32.06 en promedio para el periodo abril junio, pero con una gran disminución de la tarifa para el tercer trimestre con valor de \$16.32 en promedio, valor que se mantiene alrededor de \$15.7 para el periodo octubre – diciembre, tarifas que se explican por promociones o descuentos que puede realizar los establecimientos para captar clientes.

El porcentaje de ocupación en los establecimientos de hospedaje a turistas de hostales dos estrellas en la ciudad de Cuenca fue de 26.24%, presentando una mejoría en el segundo trimestre con una proporción promedio de 35.37%, con aumento para el tercer trimestre con valor de 38.85% en promedio, y con nuevos incrementos para el último trimestre del año especialmente en los meses de octubre y diciembre con valores entre 32.8% y 51.5% respectivamente.

Ilustración 66: Tasa de ocupación categoría: Hostales dos estrellas

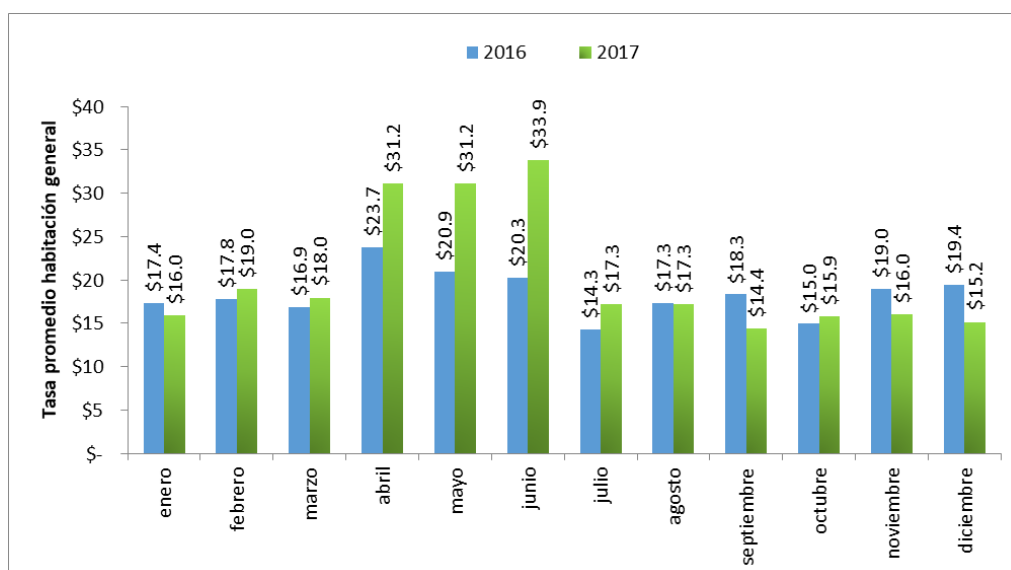


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Por otra parte, cuando analizamos los datos de tarifa promedio y tasa de ocupación como una serie de tiempo en los años 2016 y 2017, podemos observar algunos eventos importantes.

Los meses enero-marzo 2016 y 2017 presentan tarifas bajas alrededor de \$17 y \$18 respectivamente, pero en abril, mayo y junio las tarifas de una habitación general fueron incrementándose con valores entre 20 y 34 dólares, no obstante para el tercer trimestre las tarifas disminuyen fuertemente con valores entre 14 y 18 dólares. En general, el comportamiento de la tarifa de una habitación general para este tipo de establecimiento es similar en los años analizados, pues es en el segundo trimestre que experimentan las mayores tarifas en comparación con el resto de trimestres, con valores que fluctúan entre \$20.3 y \$23.7 para el periodo en el año 2016 y entre \$31.2 y \$33.9 para el mismo periodo en el año 2017.

Ilustración 67: Tarifa promedio habitación general, categoría: hostel dos estrellas, enero-diciembre 2016 y 2017

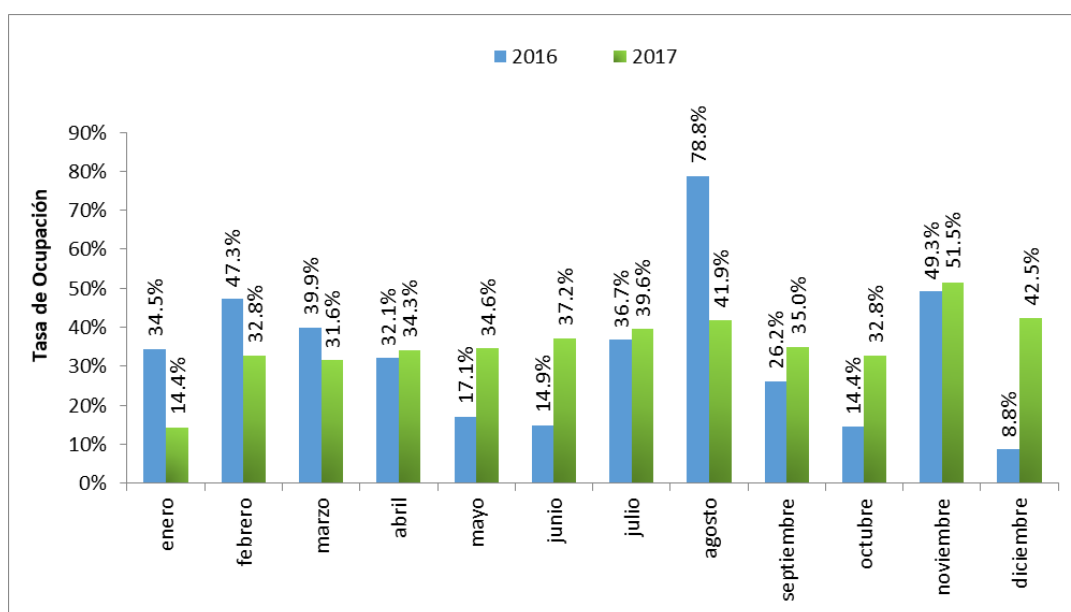


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

En lo que se refiere a tasa de ocupación se puede ver como las tasas de enero a marzo del año 2017 fueron bajas, pero para abril a junio las tasas se incrementan con valores alrededor de 35%, mientras que en el año 2016 las tasas de enero a marzo fueron altas, pero en abril a junio las tasas se fueron disminuyendo con valores alrededor del 34% y 47%. Además se observa que las tasas de ocupación se empiezan a recuperar a partir del tercer periodo del 2017. Finalmente, en el mes de agosto 2016 se presenta mayor tasa de ocupación con valor de 79%, y el mes de diciembre del mismo año que este tipo de establecimiento hotelero experimentó la menor tasa de ocupación con valor alrededor de 8.8%.

Ilustración 68: Tasa de ocupación, categoría: hostel dos estrellas, enero-diciembre 2016 y 2017



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Hostales una estrella

Por último en esta sección se va a analizar a los hostales de una estrella que son los de menor categoría en este tipo de establecimientos de hospedaje. Sin tomar en cuenta la clasificación única que no se analiza debido a la variación en esa última clasificación.

Tabla 23: Indicadores de oferta enero-diciembre: Categoría Hostales Una Estrella

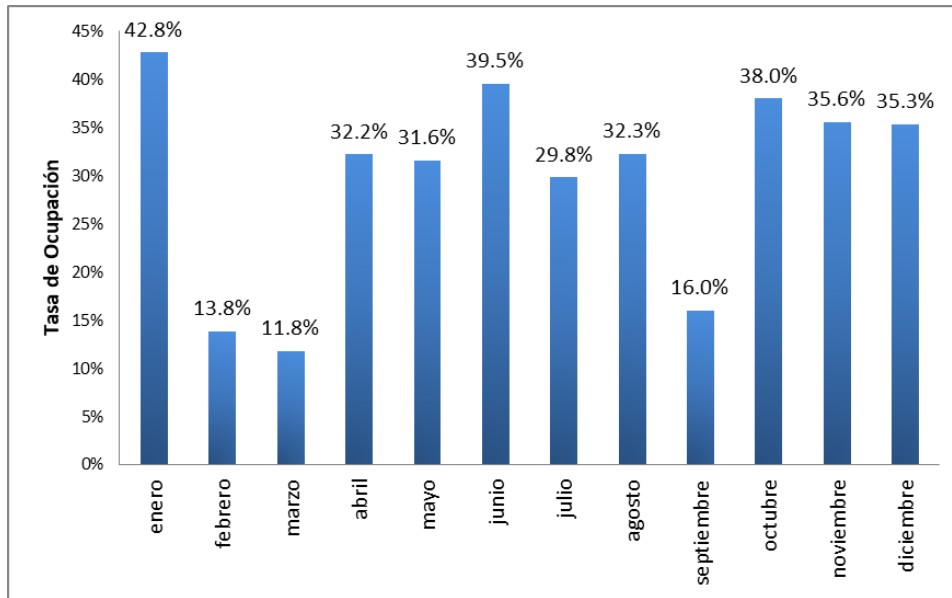
INDICADORES	Meses			Meses			Meses			Meses			Promedio 4to Trimestre
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	
Tarifa promedio habitación general	\$ 19.8	\$ 26.0	\$ 26.0	\$ 16.5	\$ 16.8	\$ 16.9	\$ 20.9	\$ 21.0	\$ 16.3	\$ 17.2	\$ 17.0	\$ 16.8	\$ 17.0
Porcentaje de huéspedes nacionales	86.0%	36.6%	36.8%	90.3%	84.4%	87.9%	92.4%	93.3%	94.4%	75.7%	70.6%	80.4%	75.6%
Porcentaje de huéspedes extranjeros	14.0%	63.4%	63.2%	9.7%	15.6%	12.1%	7.6%	6.7%	5.6%	24.3%	29.4%	19.6%	24.4%
Tasa de ocupación	42.8%	13.8%	11.8%	32.2%	31.6%	39.5%	29.8%	32.3%	16.0%	38.0%	35.6%	35.3%	36.3%

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En los establecimientos de Hostales una estrella, el porcentaje de nacionales hospedados fue en promedio de 53.15% para enero-marzo, mientras que para abril junio hay mayor incidencia de turistas nacionales hospedados con promedio de 87.55%, con repunte al 93.38% de huéspedes nacionales para el tercer trimestre, y con disminución a 84.7% para octubre – diciembre. La tarifa promedio por habitación general fue de \$23.90 en el primer trimestre enero marzo, pero para el segundo trimestre, la tarifa promedio fue menor (\$16.75), experimentando una relativa mejora para el tercer trimestre del año con valor de \$19.39 en promedio. No obstante, la tarifa vuelve a disminuir para el cuarto trimestre, con valor de \$17 en promedio, valor que puede ser explicado por promociones o descuentos que los establecimientos categoría hostales una estrella realizan con el fin de captar más clientes.

El porcentaje de ocupación en los establecimientos de hospedaje a turistas, hostales una estrella, aumenta drásticamente de 22.78% en enero-marzo a 34.44% para los meses abril-junio, con disminuciones para el periodo julio septiembre con valores de 26.03% en promedio. Presentando una recuperación para el trimestre octubre – diciembre con valores que fluctúan entre 35.3% y 38%.

Ilustración 69: Tasa de ocupación categoría: Hostal una estrella

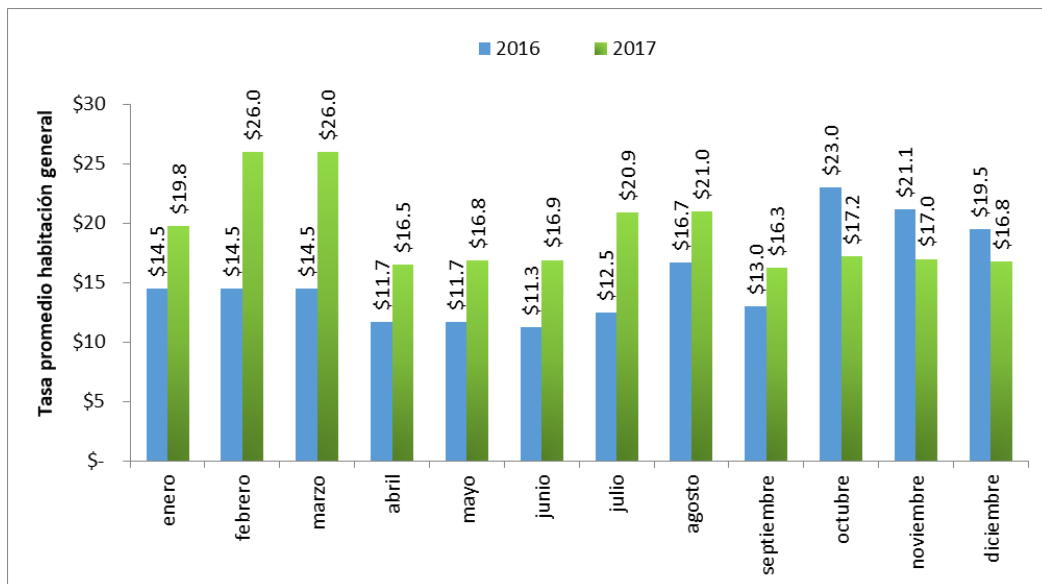


Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Por otra parte, cuando analizamos los datos de tarifa promedio y tasa de ocupación como una serie de tiempo en los años 2016 y 2017, podemos observar algunos eventos importantes.

Los meses enero-marzo del 2017 presentan las mayores tarifa promedio habitación general del periodo con valores entre \$20 y \$26. En el segundo trimestre se experimenta menores tarifas, y en el tercer periodo las tarifas empiezan a recuperarse con valores entre \$16 y \$21 para el año 2017 y entre \$12 y \$17 para el 2016. Finalmente, para el cuarto trimestre del año 2016 presenta fuertes recuperaciones con valores entre \$19.5 y \$23, a diferencia del mismo periodo del año 2017 donde se evidencia disminuciones con valores entre \$17.

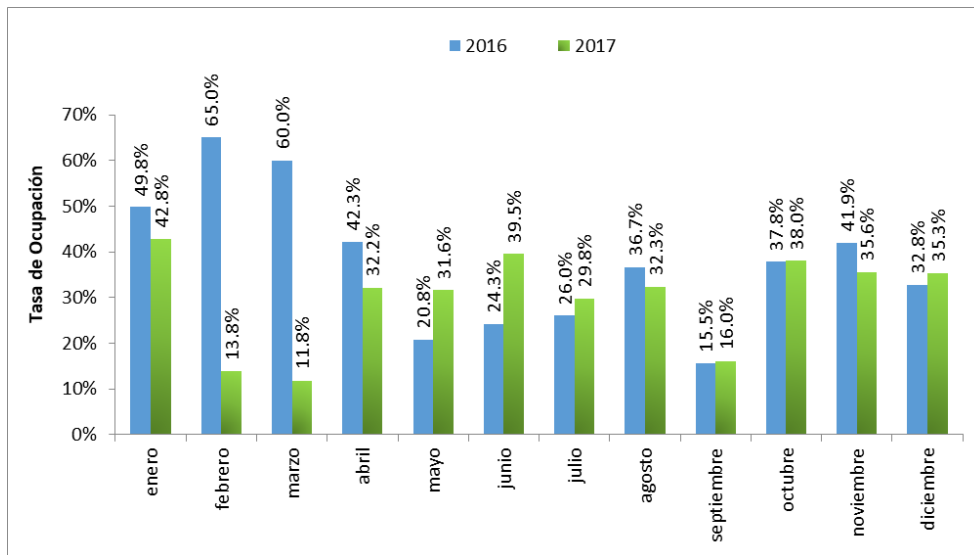
Ilustración 70: Tarifa promedio habitación general, categoría: hostel una estrella, enero-diciembre 2016 y 2017



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

En lo que se refiere a tasa de ocupación se puede ver como las tasas de enero 2017 fue alta (43%) con una disminución fuerte para febrero-marzo con valores alrededor del 13%, pero para abril a junio las tasas se incrementan con valores alrededor de 32% y 40%, mientras que en el año 2016 las tasas de enero a marzo fueron altas, pero en abril a junio las tasas se fueron disminuyendo con valores alrededor del 21% y 42%. Así, después del incremento en la tarifa promedio de una habitación general en los meses de julio a septiembre del año 2017, se experimenta una disminución en las tasas de ocupación en el periodo julio – septiembre con valores entre 16% y 32%. Finalmente, en referencia al trimestre octubre – diciembre, el año 2016 presenta tasas en promedio con valor de 37.5%, y que es relativamente mayor en comparación con valor de 36.3% en el mismo periodo del año 2017.

Ilustración 71: Tasa de ocupación, categoría: hostel una estrella, enero-diciembre 2016 y 2017



Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

8.3.7 Tarifa RevPar

La tarifa RevPar se refiere la renta que se obtiene por habitación disponible y significa Revenue Per Available Room (Renta Por Habitación Disponible). En esta ocasión se completó los datos con las dos formas de cálculo de la Rev Par, la primera con la tarifa promedio general por el número de habitaciones ocupadas en el mes o, en caso de no tener la información para construirla de esta forma se usó la fórmula de los ingresos totales del establecimiento (ventas) de alojamiento dividido para el número total de habitaciones disponibles.

Tabla 24: Categoría del establecimiento: Tarifa RevPar

Promedio por tipo de establecimientos

Enero - diciembre 2017

Categoría establecimiento	Meses			Meses			Meses			Meses			Promedio 4to Trimestre
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	
Total	\$13.67	\$12.14	\$14.75	\$17.50	\$15.08	\$16.27	\$19.25	\$20.05	\$21.41	\$11.23	\$13.85	\$9.91	\$11.66
Hotel Cinco estrellas	\$30.50	\$27.83	\$17.20	\$58.89	\$48.95	\$48.94	\$48.02	\$60.73	\$41.49	\$46.63	\$71.57	\$47.86	\$55.35
Hotel Cuatro estrellas	\$30.47	\$16.16	\$13.70	\$34.90	\$36.90	\$35.41	\$15.18	\$14.97	\$8.64	\$14.26	\$15.87	\$11.25	\$13.79
Hotel Tres estrellas	\$15.98	\$6.16	\$5.96	\$8.94	\$8.08	\$7.14	\$9.06	\$10.08	\$9.68	\$11.20	\$14.60	\$8.60	\$11.47
Hotel Dos estrellas	\$10.47	\$7.53	\$38.89	N/D	N/D	N/D	\$7.19	\$7.10	\$8.57	\$2.68	\$3.17	\$2.06	\$2.63
Hostal Tres estrellas	\$11.28	\$13.97	\$11.30	\$6.89	\$6.54	\$8.66	\$10.28	\$13.09	\$4.33	\$18.11	\$18.60	\$19.66	\$18.79
Hostal Dos estrellas	\$4.39	\$20.69	\$23.66	\$13.16	\$12.45	\$19.91	\$45.12	\$44.20	\$48.70	\$4.02	\$4.61	\$4.11	\$4.25
Hostal Una estrellas	\$7.36	\$7.33	\$7.06	\$7.83	\$4.94	\$3.20	\$6.65	\$8.17	\$4.58	\$13.57	\$13.83	\$11.78	\$13.06

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística

Elaborado por GIER

Como se observa en la Tabla 24 la RevPar promedio del total de establecimientos en el primer trimestre es de \$13.52 dólares y en el segundo trimestre aumenta sensiblemente a \$16.28, con incrementos para el tercer trimestre con valor de \$20.24 en promedio y disminución para el último trimestre del año con valor de \$11.66. Siendo los establecimientos de cinco y cuatro estrellas los que mayor RevPar tienen con \$25.17 y \$20.11 respectivamente en el primer trimestre, subiendo drásticamente a \$52.26 y \$35.74 respectivamente, pero para el tercer trimestre los hoteles cinco estrellas presentan una tarifa de \$50.08, que en conjunto con los hostales dos estrellas (en promedio una tarifa de \$46.01), presentan las mayores tarifas. Situación que se repite para el cuarto trimestre con valor promedio de \$55.35 para hoteles cinco estrellas, y ahora los hostales tres estrellas presenta la segunda mayor tarifa con valor en promedio de \$18.79.

Desde aquí los valores van bajando sensiblemente para las siguientes categorías de hoteles, llegando a \$13.79 y \$11.47 para el cuarto trimestre correspondiente a hoteles de cuatro y tres estrellas respectivamente, valores que son relativamente mayores con respecto al tercer trimestre. El valor disminuye para hoteles dos estrellas a \$2.63, y \$4.25 para hostales dos estrellas para el cuarto trimestre siendo el caso de mayor variación. En promedio los hostales una estrella presentan una tarifa RevPar mayor en el último periodo del año 2017 en comparación con hotel y hostal dos estrellas, con un valor de 13.06 dólares en promedio.

Por otra parte, cuando analizamos los datos de tarifa RevPar como una serie de tiempo en los 12 meses de los años 2016 y 2017, podemos observar algunos eventos importantes. Al comparar los resultados de las Tablas 24 y 25 para los años 2016 y 2017 respectivamente, se observa para la categoría total que la tarifa RevPar en los meses enero a abril del año 2017 fluctúa alrededor de 13.52 dólares en promedio, pero en el periodo abril - junio la tarifa aumenta con valores alrededor de 16.28 dólares, hasta llegar a un valor de alrededor de \$20 en promedio para el tercer trimestre, mientras que en el año 2016 las tasas de enero a marzo fueron de \$13.76 en promedio, pero en abril a junio la tarifa disminuyó con valores alrededor de 9.3 dólares, disminuyendo aún más para el tercer trimestre con valor de \$8.99 en promedio. Siendo los hoteles cinco y cuatro estrellas los establecimientos con mayor tarifa en el periodo enero-junio, así, se aprecia un aumento de la tarifa para los meses abril-junio del 2017 con valores alrededor de 52.26 y 35.74, periodo en que tiene las más altas tarifas con respecto a todo el periodo analizado. Mientras que los hoteles cinco estrellas se mantiene con altas tarifas para el tercer periodo, los establecimientos de hoteles cuatro estrellas disminuyen fuertemente para el tercer trimestre del año 2017 ubicándose por debajo de hostales dos estrellas, no obstante si se compara con el mismo periodo del año anterior, las tarifas de estos hoteles son aún menores con valores alrededor de \$12 en promedio en 2017 vs. \$18 en promedio en 2016.

Adicionalmente, si bien los hoteles dos estrellas presentan tarifas más bajas en comparación con el resto de categorías en el periodo enero-junio 2016 con valores entre 1.64 y 3.47 dólares en promedio, no así en el año 2017 en donde este tipo de establecimientos presenta en promedio mayor tarifa RevPar que la categoría tres estrellas con valores alrededor de \$18.96 en los meses enero-marzo. Cabe señalar que se observa una mejoría general en la tarifa Rev Par en las distintas categorías de establecimiento, así para los hoteles tres estrellas tienen una tarifa entre 7.56 y 3.64 dólares en promedio para el año 2016, experimentando un aumento para el año 2017 con valores entre 9.37 y 8.05 dólares en promedio. No obstante para el tercer periodo del año 2017 las tarifas del resto de categorías se mantienen alrededor de los valores del mismo periodo del año 2016.

En cuanto a las categorías hostales tres y dos estrellas, en los meses enero-marzo 2017 tienen tarifas de 12.19 y 16.25 dólares en promedio respectivamente, con disminuciones para abril-junio alrededor de 7.36 y 15.17 dólares respectivamente, mientras que en el año 2016 también se observa una disminución de la tarifa para el segundo parcial del año con valores que fluctúan en 5.26 y 4.37 dólares respectivamente. En general, se observa un deterioro de la tarifa de los establecimientos hostel una estrella, ya que en el segundo trimestre del año 2016 se ve una tarifa alrededor de 15.52 dólares en promedio pero para el mismo parcial del año 2017 se ve un fuerte descenso a 5.32 dólares, y se observa valores relativamente menores para el tercer trimestre del año 2017 que es algo similar a los obtenidos en el año 2016.

Finalmente, si analizamos el cuarto trimestre de los años 2016 y 2017, se rescata algunas observaciones importantes. La categoría de establecimientos general es similar en ambos años, pero mayor en el año 2016 respecto al año 2017 para establecimiento hotel cinco estrellas (con valores promedio de \$60.87 y \$55.35 respectivamente). Al igual sucede con hoteles cuatro estrellas, hotel tres estrellas, hostel tres y dos estrellas. A excepción de hostales tres y una estrellas, pues presentan mayor tarifa para el cuarto trimestre del año 2017 en comparación con el año 2016, con valor promedio de \$18.79 y \$13.06 respectivamente. El caso de mayor variación, lo constituye la categoría hotel dos estrellas, pues en el periodo octubre-diciembre 2016 presenta un promedio de 13.92 dólares, pero valor menor para el mismo periodo en el año 2017 (\$2.63).

Tabla 25: Categoría del establecimiento: Tarifa RevPar

Promedio por tipo de establecimientos
Enero-septiembre 2016

Categoría establecimiento	Meses			Meses			Meses			Meses			Promedio 4to Trimestre
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	
Total	\$12.79	\$15.78	\$12.71	\$ 9.63	\$ 8.95	\$ 9.33	\$ 8.94	\$11.60	\$ 6.43	\$14.57	\$ 16.25	\$ 13.37	\$ 14.73
Hotel Cinco estrellas	\$48.12	\$57.81	\$49.69	\$45.35	\$37.01	\$42.33	\$ 58.07	\$50.97	\$39.48	\$57.62	\$ 71.20	\$ 53.78	\$ 60.87
Hotel Cuatro estrellas	\$22.48	\$22.02	\$21.14	\$18.77	\$21.71	\$21.03	\$21.16	\$24.89	\$ 8.68	\$24.78	\$ 30.45	\$ 26.27	\$ 27.17
Hotel Tres estrellas	\$ 4.53	\$12.66	\$ 5.51	\$ 4.12	\$ 3.40	\$ 3.40	\$ 4.33	\$ 9.77	\$ 3.14	\$ 7.80	\$22.00	\$ 12.71	\$ 14.17
Hotel Dos estrellas	\$ 1.47	\$ 1.90	\$ 1.55	\$ 4.24	\$ 2.89	\$ 3.28	\$ 5.92	\$ 6.01	\$ 4.33	\$12.95	\$ 16.19	\$ 12.61	\$ 13.92
Hostal Tres estrellas	\$12.68	\$15.83	\$12.95	\$ 5.91	\$ 4.46	\$ 5.42	\$ 6.98	\$ 7.79	\$ 6.41	\$11.08	\$ 11.99	\$ 11.33	\$ 11.47
Hostal Dos estrellas	\$ 4.65	\$ 5.54	\$ 5.09	\$ 4.89	\$ 4.39	\$ 3.81	\$ 3.22	\$ 6.48	\$ 3.00	\$ 5.35	\$ 5.13	\$ 6.72	\$ 5.73
Hostal Una estrellas	\$ 4.41	\$ 6.49	\$ 6.67	\$16.42	\$13.10	\$17.04	\$ 4.52	\$ 4.45	\$ 0.63	\$12.85	\$ 7.30	\$ 4.62	\$ 8.26

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Conclusiones:

En resumen, en el cuarto trimestre del año 2017 se observa ciertas variaciones que podría estar relacionado con el periodo navideño de la temporada. Así, por el lado de la demanda, se observa que los turistas extranjeros y nacionales presentan una mejora en los indicadores perceptivos en esta etapa del año de la atención y trato de los cuencanos. Además, hay un leve incremento del flujo de turistas extranjeros y nacionales que viene por motivos de negocios. Por otro lado, los turistas que visitan la ciudad por temas recreativos ahora lo hacen por los atractivos naturales de la ciudad. En este periodo, también se rescata que los turistas vuelven a viajar solos, aquellos que viajan con familiares es menor en comparación con el trimestre anterior.

Asimismo, se puede notar un aumento en el gasto turístico por parte del turista extranjero y nacional, gastos que son mayores con respecto a trimestres anteriores, lo cual puede explicarse tanto por factores coyunturales como estacionales. Especial atención, es el caso de aquellos turistas que viajan por recreación pues presentan mayores gastos promedio en comparación con otros tipos de turistas.

Por el lado de la oferta turística, se observa una recuperación en las tarifas promedio de una habitación general de hoteles categoría cinco estrellas y cuatro, no obstante las tasas de ocupación son relativamente menores en este periodo para hoteles cinco estrellas, y mayores para hoteles cuatro estrellas en comparación con el trimestre anterior. Los hoteles tres, dos y hostales tres estrellas presentan similar comportamiento a la categoría cuatro estrellas, pues mejora la tarifa de habitación general en conjunto con el aumento en las tasas de ocupación. Los hostales dos presentan que la tarifa de habitación general se mantiene en niveles del trimestre anterior en conjunto con mayores tasas de ocupación. En cuanto, a los hoteles una estrella, se visualiza menores tarifas de habitación general acompañado de mayores tasas de ocupación. En general en el trimestre octubre – diciembre las tasas de ocupación general mejora, situación que puede ser explicada por las fiestas características de la ciudad de Cuenca, y la época navideña. Finalmente, también hay variaciones en la tarifa RevPar, que presenta aumentos para hoteles de lujo cinco, hostales tres y una estrellas, no así el resto de establecimientos que en algunos casos se mantiene (hotel cuatro, tres estrellas), en otros casos disminuye con respecto a los resultados obtenidos en el trimestre anterior (hotel dos y hostel dos estrellas).

9. Bibliografía

Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de Mercados*. México: Pearson.

World Tourism Organization. (2015). *UNWTO Annual Report 2015*. Madrid: UNWTO.

MINTUR. (2015a). Boletín Mensual - Portal Servicios MINTUR. Retrieved April 11, 2017, from <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/boletin-mensual/95>

MINTUR. (2015b). Perfiles del turista por mercados de acuerdo a la priorización - Portal Servicios MINTUR. Retrieved April 11, 2017, from

<http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/perfiles-del-turista-por-mercados-de-acuerdo-a-la-priorizacion/4>

UNWTO. (2016). *Panorama OMT del turismo internacional*.

UNWTO. (2017). Sustained growth in international tourism despite challenges, 15. Retrieved from http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom17_01_january_excerpt_.pdf

10. Anexos

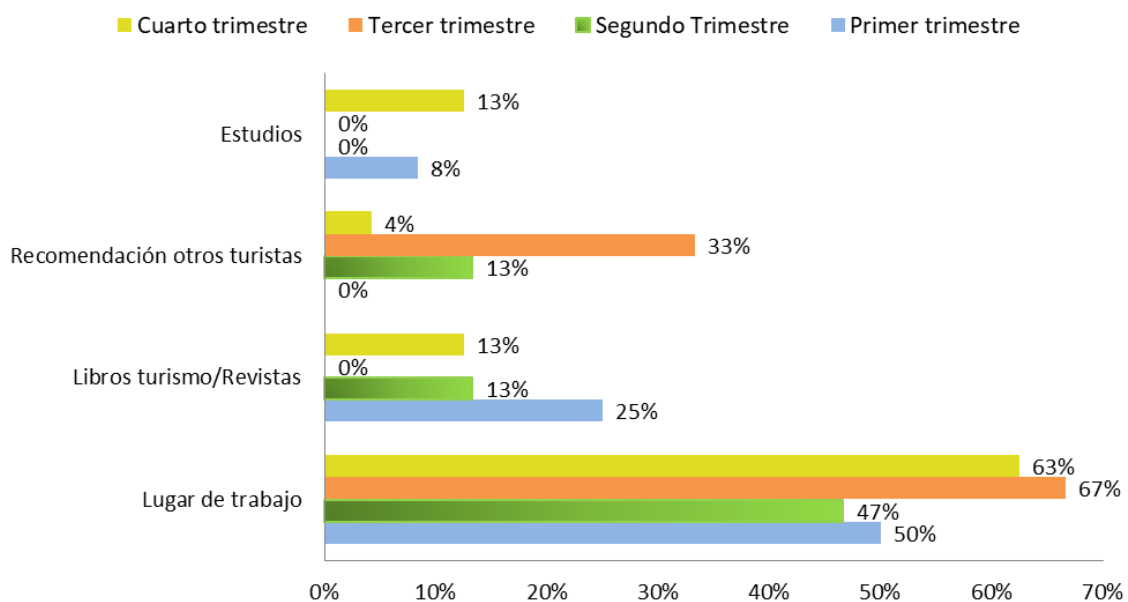
ANEXO 1: ORIGEN DE LOS DATOS EN EL PERIODO ENERO – DICIEMBRE 2017

Lugar en donde se realizó la encuesta	Tamaño de la muestra (Número de encuestas)			
	Primer trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre	Cuarto Trimestre
Terminales	707	609	810	833
Aeropuerto	459	425	482	728
Hoteles	599	465	718	809

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística Elaborado por GIER

ANEXO 2: TURISTAS EXTRANJEROS Y NACIONALES QUE UTILIZARON “OTROS” MEDIOS DE INFORMACIÓN

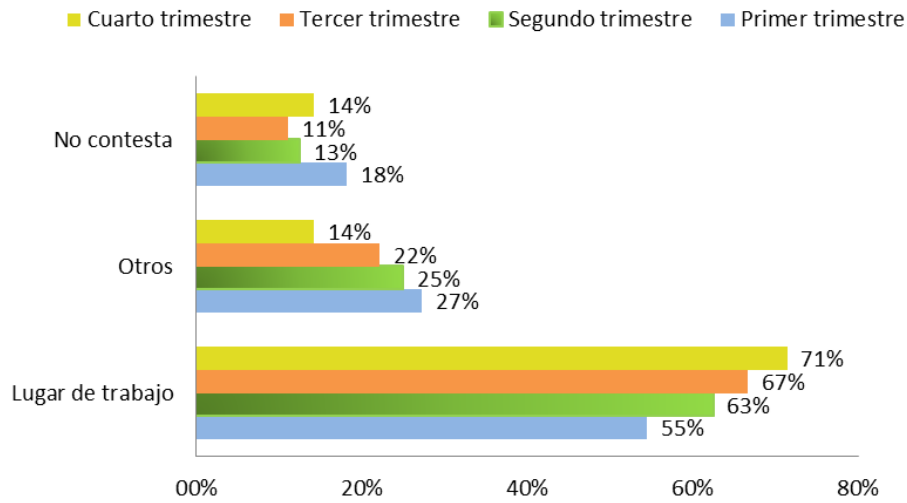
Ilustración 72: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Internacional



Porcentaje de turistas que utilizaron "Otros" medios de información

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

Ilustración 73: Medios de Información “Otros” utilizados por el Turista Nacional



Porcentaje de turistas que utilizaron "otros" medios de información

Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER

ANEXO 3. NÚMERO DE ENCUESTAS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS (ESTUDIO DE OFERTA)

TIPO DE ESTABLECIMIENTO HOTELERO	CUARTO TRIMESTRE
Hotel Cinco estrellas	3
Hotel Cuatro estrellas	9
Hotel Tres estrellas	19
Hotel Dos estrellas	6
Hostal Tres estrellas	4
Hostal Dos estrellas	12
Hostal Una estrellas	5
TOTAL	61

Nota: la categoría total incluye categoría única
Fuente: Estudio de Demanda y Oferta Turística
Elaborado por GIER